

الإعلان عبر الإنترنت

:

:

2005 / 2004 :

الإشارة

...

...

...

:

..

..

:

:

...

...

...

عرفاء وشهرا

..

"

":

"

"

..

.

...

:

..

"

"

❖

.

-

..

-

.

❖

:

(CERIST)

...

❖

...

.

"

"

❖

.

..

:

(Software)

(Hardware)

:

(Communication networks)

...

-

-

.

1

.

"

"

"

"

-

-

"

"

¹- سرحان سليمان داود ، محمود عبد المنعم المشهداني : أمن الحاسوب و المعلومات ، الطبعة الأولى ، ص : 12.

.

....

.

.

.

.

"

"

.

...

...

2

(10)

.

.

-

-

...

.

.
 :
 .
 :
 (... ()) -1
 () -2
 -3
 -4
 -5

:
 : **-1**

(Advertisement – Annonce)

":

3 "

(Advertising – publicité)

":

4 "

":

5"

":

6 "

³ - أحمد زكي بدوي : معجم مصطلحات الإعلام : انجليزي – فرنسي – عربي ، الطبعة الثانية ، ص : 11.

⁴ - نفس المرجع ، ص : 12 .

⁵ - عبد الجبار منديل الغانمي : الإعلان بين النظرية و التطبيق ، الطبعة الأولى ، ص : 22 .

⁶ - محمد فريد الصحن : الإعلان ، ص : 14.

()

()

...

: -2

-

-

. (INTERNET)

(Interconnection of Net Works)

" :
NSFNET-)
(WestNet...

7 "
":
(Wide Area Net
8 " (NET) (WAN) Work)

" " " :
9 "
:
: (E-Mail) -
:(World Wide Web – Web-) () -
: (Downloads) -
: (Chat) : -

7- مفتاح محمد دياب : معجم مصطلحات : نظم و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات : انجليزي - عربي ، الطبعة الأولى ، ص : 94.
8- ألان سيمبسون : الأنترنت استعد و انطلق ، ترجمة : مركز التعريب و البرمجة ، الطبعة الأولى ، ص : 13.
9- محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، الطبعة الأولى ، ص : 30 .

: (News groups)

-

10

...

.

:

" "

:

" :

...

" 11 "

:

" :

]

¹⁰ - ألان سيمبسون : م . س . ذ ، ص ص : 15 ، 16 .
¹¹ - نائل عبد الحافظ العواملة : أساليب البحث العلمي : الأسس النظرية و تطبيقاتها في الإدارة ، الطبعة الأولى ، ص :
. 27

12 "

[

:

:

-1

"

13 "

"

"

":

14 "

":

15 "

-
- ¹² - محيي محمد مسعد : كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات ، الطبعة الثانية ، ص : 33 .
- ¹³ - عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات : مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، الطبعة الثالثة ، ص : 139 .
- ¹⁴ - أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ص ص : 286 ، 287 .
- ¹⁵ - نفس المرجع ، ص : 290 .

- 2
:

()

"

16 "

"

17 "

(...)

:

-1 : ()

:

16 - محيي محمد مسعد : كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات ، م . س . ذ ، ص : 35 .
17 - أحمد حسين الرفاعي : مناهج البحث العلمي : تطبيقات إدارية و اقتصادية ، الطبعة الثانية ، ص : 129 .

-2

:
":

18 "

":

19 "

-1

18- محيي محمد مسعد : كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات ، م.س. ذ ، ص : 39 .
19- طاهر مرسي عطية : إعداد رسائل الماجستير و الدكتوراه ، ص : 111 .

:

:

-2

:

-

:

-

-

-

:

(...

)

-1

-2

:

-

-

-

-

-3

()

-4

(CERIST)

"

"

.

.

.

.

:

:

:

:

-

-

2001/ 2000

.

"

"

...

:

.

:

:

-

-1

-2

-3

-4

-5

:

-

-1

-2

-3

-4

:

:

.()

.

:

-

.

:

-

:

-

.

:

)

: -2

: : -3

..... : -4

. : -5

. : -6

: :

...

: : -

: :

: -

.

1994

:

-

.

.

:

.

:

:

:

-1

-2

-3

-4

:

.

-

45 15

-

.

-

.

-

:

-

:

-

....

()

-

.....

-

:

20

:

...

.

-

-

-

...

-

-

.

"

"

.

(176)

.

.

. - -
:
CERIST
:
- -
2002/2001
.
:

(CERIST)

.

:

:

-1

-2

:

-1

-2

-3

:

-1

-2

:

-1

-2

-3

-4

-5

-

“

.

” :

:

-

-

-

:

(50)

(150)

.

:

.

...

.

.

:

:

:

:

.

:

:

.

:

()

:

-

(35) (26)

-

.

-

.

-

.

-

"

:

"

198

-

- 285

:

.

.

⋮
⋮
⋮

.

.

.

⋮

-

⋮

⋮

2001

-

.

.

:

-1

-2

-3

-4

:

-1

-2

-3

-4

:

.

:

:

:

-1

-2

:

-3

:

:

-1

:

-2

-3

:

:

-1

: -2

-3

: :

-1

-2

-3

"

"

:

-1

-2

-3

:

:

-
-
-

(21)

:

(%1,49)

:

.

.

.

.....

.....

.

.

.

:

.

.

-

-

.

:

:

:

:

-

:

:

:

:

-

:

:

:

:

-

:

:

:

-

:

:

:

:

-

:

:

الفصل الأول

الوسائل الإعلانية التقليدية

:

-

-

:

.

-

.

-

1

-

-

:

-

.

.

.

-

.

-

.

¹ - عبد الجبار مندیل الغانمی : م.س. ذ ، ص : 55 .



:

.



⋮

•

•

•

—

—

•

•

•

•

:

" : "

: " " 1 "

2 "

" "

" "

" " " "

.
:
"

: " " 3 "

4 " ()

¹ - : : : 14 .

² - P , AMEREIN . D, BARCZYK . R,EVRARD. et autres : Marketing Stratégies et Pratiques , p : 320 .

³ - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 22 .

⁴ - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : الترويج و الإعلان : أسس ، نظريات ، تطبيقات (مدخل متكامل) ، الطبعة الأولى ، ص : 155 .

:

- :

- :

1

:

-

...

-

-

-

-

¹ - القاضي أنطوان الناشف : الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد ، ص ص : 23 ، 24 .

:

.

.

.

" :
:

"

"

"

-

-

-

-

: -

-

1

-

:

-1 :

1 .

(150)

2 .

1996

(22000)

3 .

-2 :

":

4 "

:

-

...

¹ - p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD . et autres : Op. cit , p : 327 .

² - دان شيلر : " طفليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>

³ - p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD . et autres : Op. cit , p: 327 .

⁴ - Loc .cit .

1630

2 "

"

"

"

3 1840

"

"

"

"

" wp":

" "

"

"

"

"

4

:

-3

"

"

¹ - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 300.

²- Bernard CATENELAT , André CADET : Publicité et Société , p : 34 .

³ - عبد الجبار مندبيل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 92 .

⁴ - دان شيلر : " طفليات في واقعا اليومي " / [http : //www.mondiploar.com](http://www.mondiploar.com)

.

1 .

-4 :

: : ... :

2 .

" "

-5 :

.

3 .

¹ - عبد الجبار مندويل الغانمي : م . س . ذ ، ص ص : 89 ، 91 .
² - نفس المرجع ، ص : 96 .
³ - نفس المرجع ، ص : 98 .

:

(COLLEY) " "

.

":

" 1 "

:

-1

-2

-3

-4

2

-5

:

: :

-1

-

-

-

:

-2

-

-

-

-

¹ - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 171 .
² - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 91 .



: -3

-
-
-

: -4

-
-

...

: -5

-
-

. 1

.

:

.

.

¹ - نفس المرجع ، ص ص : 95 ، 100 .

:

.

:

:

-

:

-1

.

.

-

-

(178421)

1981

1938

(1817140)

1920

1

(3000 000)

:

-2

. 289 :

:

:

-1



.

.

.

:

-3

.

:

.

.

-

-

.

:

-4

1»

":

":

»

2000 *
(80) " "

2

(70 000)

3

¹ - دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com> / * بهذا الصدد انظر : الرائد : معجم لغوي عصري ، الجزء الثاني ، الطبعة الثالثة ، ص : 1637 .

" يوبيل في الأصل ذكرى مرور خمسين سنة على حدث شخصي ، أو عام

- اليوبيل الفضي : ذكرى مرور 25 سنة

- اليوبيل الذهبي : ذكرى مرور 50 سنة

- اليوبيل الماسي : ذكرى مرور 75 سنة "

² - دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>

³ - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 40 .



.	:	-
	.	
:	:	-1
	...	
.	:	-2
...		
	:	
....	:	-3
.		

1996 1950

(20.000)

2000

"

"

1

"

"

2

:

-1

:

-

-

¹ - دان شيلير : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>
² - نفس المرجع .

-
-

1

:

-
-
-

2

-2

:

1911

¹ - عبد السلام أبو قحف : محاضرات في هندسة الإعلان ، ص : 64 .
² - منى الحديدي : الإعلان ؟ ، الطبعة الأولى ، ص : 59 .

”

”

1

2

1914

1928

3

1935

4

5

(10)

1937 30

:

-

-

¹ - 159 .

² - خليل صابيات : م.س. ذ ، ص : 294 .

³ - منى الحديدي : م.س. ذ ، ص : 159 .

⁴ - هويدا مصطفى : الإعلان في الأنظمة الإذاعية المعاصرة ، الطبعة الأولى ، ص ص : 137 ، 138 .

⁵ - نفس المرجع ، ص ص : 153 ، 154 .

1

2

3

¹ - القاضي انطوان الناشف : م.س. ذ ، ص ص : 69 ، 71 .

² - دان شيلر : " طفليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>

³ - Jean – Marc DECAUDIN : La Communication Marketing : Concepts , Techniques, Stratégies , 2^e édition ,
P : 240 .

:

.

:

-

:

-

1

.

.

(La coste) "

"

2

.

:

.

:

:

:

-1

3

.

¹ - : : : 61 .

² - Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 242 .

³ - خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 27 .

1

2

" " *

...

" "

3

...

....

-
- ¹ - عبد الجبار مندبيل الغانمي : م.س. ذ ، ص : 15.
- ² - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م .س. ذ ، ص : 147.
- * بهذا الصدد انظر : أبادي الفيروز : ترتيب القاموس المحيط (ترتيب : أحمد الزاوي) ، الجزء الرابع ، ص : 251
- " المصيص : مصيص الثري : الندي من التراب و الرمل ، و المصيص : القصعة "
- ³ - خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 28 .

...

-2

:

"

"

"

"

1631

1482

1622

1

(The weekly news) "

"

1650

(12)

2

1655

1657

"

"

1704

(The Boston News Letter)

3

¹- Bernard CATENELAT , André CADET : Op.cit , P : 34 .

²- بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م.س.ذ ، ص : 148 .

³- خليل صابات : م.س.ذ ، ص : 31 .

1

1789

-3

1905 1875
2

3 1930

¹- Bernard CATENELAT , André CADET : Op.cit , P : 35.

²- بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م.س.ذ ، ص : 149 .

³- . 39 :

:

:

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

:

:

:

: -1

: -2

:

: :

: -

.

: -

1 ...

¹- p, AMEREIN. D, BARCZYK. R, EVRARD. et autres : Op. cit , p: 324 .

·

:

:

...

" :

1 "

·

2

:

:

-1

3

¹ - محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، الطبعة الأولى ، ص : 44 .
² - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 138 .
³ - اسماعيل السيد : الإعلان ، ص : 299 .

-2

:

1

-3

:

2

- 4

:

:

:

-

"

...

" :

:

-

" :

3 "

4

:

-
- 1- بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م. س. ذ ، ص : 342 .
2- نفس المرجع ، ص : 344 .
3- نفس المرجع ، ص : 345 .
4- اسماعيل السيد : م. س. ذ ، ص : 299 .

:

-1

(60) (70 %)¹.

¹ - سارة وايت : أساسيات التسويق ، ترجمة : خالد العامري ، الطبعة الأولى ، ص : 288 .

.

-

-

-

...

1

"

"

-

.

"

-

2 "

24

.

:

.

-

-

.

-

3

(% 80)

:

-

:

¹ - خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 181 .
² - اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص : 236 .
³ - نفس المرجع ، ص ص : 237 ، 238 .

(27 %)

1

2

¹ - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 290 .
² - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص ص : 186 ، 187 .

:

:

-¹

(% 50)

¹ - عبد السلام أبو قحف : م . س . ذ ، ص : 196 .

1

:

3	5	12	11	2	1
7	14	20	19	10	4
8	16	24	23	15	6
13	18	22	21	17	9

1	2	11	12	5	3
4	10	19	20	14	7
6	15	23	24	16	8
9	17	21	22	18	13

2

(1)

(24)

(1)

¹ - خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 187 .
² - نفس المرجع ، ص : 189 .

1

(% 60)

(% 40)

2

:

-

:

:

▪

...

:

▪

:

▪

...

:

-

3

:

¹ - محمد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 44 ، 45 .
² - خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 225 .
³ - سارة وايت : م . س . ذ ، ص : 283 .

-

:

...

-

(... -)

¹

(% 94)

²

-

(% 6) (% 60) ³

:

-

*

⁴

¹ - نفس المرجع ، ص : 287 .

² - عبد السلام أبو قحف : م .س. ذ ، ص : 200 .

³ - خليل صابات : م .س. ذ ، ص : 226 .

* بهذا الصدد انظر : خليل صابات : م .س. ذ ، ص : 225 .

"

"

⁴ - نفس المرجع ، ص : 227 .

-

" "

" "

1

-

:

.

.

.³ 1722

2

(3000)

" :

4 "

¹ - نفس المرجع ، ص : 224 .

² - عبد السلام أبو قحف : م .س. ذ ، ص : 253 .

³ - Bernard CATENELAT , André CADET : Op.cit , P : 34 .

⁴ - طلعت أسعد عبد الحميد : م .س. ذ ، ص : 520 .

:

:

-

1 .

-

:

2 " .

" :

-

3 .

:

-1

4 .

:

:

-

¹ - خليل صابيات : م .س. ذ ، ص : 170 .

² - نفس المكان .

³ - محمد فريد الصحن : م .س. ذ ، ص : 193 .

⁴ - عبد السلام أبو قحف : م .س. ذ ، ص : 257 .

....

- :

.

.

1

- :

.

.

2

- :

" "

3

¹ - عبد الجبار مندبيل الغانمي : م.س. ذ ، ص : 149 .
² - خليل صابيات : م.س. ذ ، ص : 168 .
³ - : 83 .

1

:

-

:

:

-

:

-

2

:

-2

:

¹ - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 301 .
² - نفس المرجع ، ص : 302 .

-

.

-

.

-

.

(24)

-

1

:

-

.

-

...

.

¹ - Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 272 .

	.	-
		-
(2000)	(10 000)	(2 16)
	(2000)	(2 12)
	. 1 (2 4)	(10 000)
		:
	" :	" :
	" :	2 "
	. 3 "	
		. 4

¹- p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD .et autres : Op. cit , p : 330 .

. 294 :		-2
. 190 :		-3
. 204 :		-4

:

"

:

[]

-

-

-

1 "

(100) (70)

(300) (200)

2

3

:

-1

:

:

-

(%15)

-¹ .562 :

-² .294 :

-³ أحمد محمد المصري : م . س . ذ ، ص : 82 .

1

:

-

2

:

-

...

:

-

:

-

...

3

:

-2

:

-

¹ - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 56 .

² - Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 110 .

³ - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 560 ، 561 .

-

...

:

.

.

.

.

-

-

.

:

.

-1

-2

.

- 3

.

.

1 .

:

- 1 :

.

- 2 :

-

-

- 3 :

2 .

.

:

:

()

"

"

1920

:

¹ : 347 350 .

² - اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص ص : 300 ، 301 .

1922

" "

1925

1

(F M)

2

-1

3

(125)

¹ - منى الحديدي : م . س . ذ ، ص : 76 .
² - محمد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 47 .
³ - بشير عباس العلق ، علي محمد رابعة : م . س . ذ ، ص : 313 .

- :

- :

- :

- :

1 .

- :

2

(10 %)

3 . (15 %)

:

- :

4 .

-
- 1- عبد الجبار مندبيل الغانمي : م . س . ذ ، ص ص : 143 ، 144 .
 - 2- بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص ص : 313 ، 314 .
 - 3- خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 239 .
 - 4- نفس المرجع ، ص : 241 .

: -

.

: -

.

.

: - 2

:

-

.

-

...

.

-

.

-

.

-

.

-

:

-

-

-

-

- - :

(1

1

¹ - طلعت أسعد عبد الحميد : م.س. ذ ، ص : 521 .

1(% 98)

(% 99)

2

3

(7)

1941

4

(27,8) 1999

5 2004

(40,6)

" (Danone) " :

" (Henkel) " " (Palmolive) " " (Colgate)

6 (% 80) (Procter and Gamble)

(Téléachat)

...

7

:

-1

1- سارة وايت : م.س. ذ ، ص : 338 .

2- بشير عباس العلق ، علي محمد رابعة : م.س. ذ ، ص : 303 .

3- سارة وايت : م.س. ذ ، ص : 338 .

4- منى الحديدي : م.س. ذ ، ص : 79 .

5- دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>

6- Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 267 .

7- خليل صابات : م . س . ذ ، ص : 240 .



:

:

■

:

-

.

:

-

.

:

-

.

:

-

.

:

-

.

:

-

.

:

■

:

-

.
 :
 .
 :
 .
 :
 .
 :
 :
 :
 1
 .
 : 2
 " "
 .
 .
 .
 .

 .

 .

 :

 :

¹ - محمد فريد الصحن : م. بس. ب.ذ. ، ص ص : 201 ، 203 .
² - ص : 131 .

		-
.		-
(10)		-
	(30)	(60)
1		
	:	-2
:		-
	2	(90 %)
.		-
		-
.		-
		-
.		-

¹ - سارة وايت : م . س . ذ ، ص : 345 .
² - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 522 .

-

.

:

-

.

-

.

-

.

-

(2

-

-

1895

1 " "

¹ - منى الحديدي : م. س. ذ ، ص : 85 .

:

: -1

1

:

: -2

.

: -

: -

: -

2

¹ - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م.س.ذ ، ص : 309 .
² - عبد الجبار مندیل الغانمي : م.س.ذ ، ص : 148 .

:

:

-

-

-

-

:

...

1

:

-1

-2

....

-3

¹ - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص ص : 179 ، 180 .

1
.

:

-

.

:

.

-

...

...

:

.

:

:

-1

¹- p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD. et autres : Op. cit , p: 342 .



. : - 2

. : -3

. : - 4

...

. : -

. : -

. : -

. : -



:

:

-1

...

.

:

- 2

.

.

:

- 3

.

1
:
-1

2
:
-2

3

¹ - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص ص : 202 ، 209 .
² - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 181 .
³ - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 279 .

-3 :

1 .

-4 :

2 .

3 .

-5 :

4 .

:

":

-
- 1- نفس المرجع ، ص : 282 .
 - 2- محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 182 .
 - 3- اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص : 258 .
 - 4- بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 284 .

:

:

.

:

.

:

.

.

¹ - نفس المرجع ، ص : 16 .



.

:

:

:

-1

. (30)

(10)

:

-2

. 1

¹ - اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص ص : 260 ، 267 .

:

1991 15 : 1993 19 (18000) 1992 14
[] -
() (19) (11) -
(% 8 8) (% 32)

2

¹ - خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 228 .
² - : : : : 98 :



•
•

.

.

.

– (média mix)

–

.

.



الفصل الثاني

الوسائل الإعلانية الرقمية

:

:

* " "

AVERTISSEMENT AVIS

"

ADVERTISSEMENT NOTICE

1 " ...

1883 1819 :

...

...

* بهذا الصدد انظر : خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 9 .
" أول عربي يعرف الإعلان و أول ما نادى بتعليم المرأة ، و لد بلبنان ، و أصدر بعض الصحف بها ، من مؤلفاته " قاموس محيط المحيط "
و " دائرة المعارف " "
1- خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 9 .

(150)

1

(25)

"

"

"

"

2 "

"

:

...

:

(interactivité)

:

"

"

3

¹- Francis BALLE : Média et Société , 9^e édition , p : 183 .

²- ص : 9 .

³- نفس المرجع ، ص : 10 .

:

:

...

.

.

:

(personal computer)

.¹ ...

-

-

-

-

(multimédia en ligne)

.

(Informatique) :

(Télécommunication)

(Média)

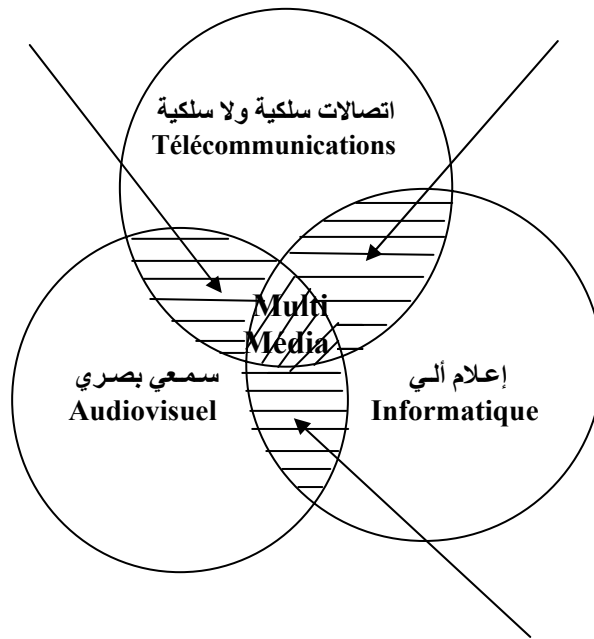
(Francis BALLE) " "

:

¹ - نفس المرجع ، ص : 14 .

1975: la télédistribution

1980 : la télématique



1985 : la numérisation des images et du son

1

:

(2)

" :

2 "

¹- Francis BALLE : Op. cit , p : 181 .

²- IBID , p : 689 .



(linéarité)

(Hypertextes) "

"

" "

" " " " :

" "

" "

" "

. (inter-textualité) "

1

(Hypermédias)

² (Tout en un) "

" " "

:

¹ - نبيل علي : الثقافة العربية و عصر المعلومات ، ص : 100 .

² - Francis BALLE : Op. cit , p : 689 .

:

.

:

:

.

()

()

" - - "

(500)

"

"

1

¹- نبيل علي : م.س. ذ ، ص : 390 .

1
...

(La télévision interactive)
2000
(La télévision enrichie)

2
.

..

3
...

....

¹- Philip KOTLER et autres : L'Art du Marketing : concepts et pratique du marketing par les grands spécialistes internationaux , traduction : translations paris , p : 315 .

²- Francis BALLE : Op. cit , p : 454 .

³- محمد لعقاب: مجتمع الإعلام و المعلومات (أطروحة دكتوراه دولة) ، ص : 144 .

1

2003	- 2004	15	-
	(6,9)	(4,5)	
2008	(10,8)	(8,8)	

2

2008			
2003	(% 18,5)	(% 40)	:

(DAB)

. (Digital Audio Broadcasting)

(CCETT)

4 " " " " " (IRT)

¹- Philip KOTLER et autres : Op . cit , p : 316 .

²- أسرة التحرير : " التسوق عبر التلفزيون يتضاعف في أوروبا بحلول 2008 " ، جريدة الفجر ، العدد : 1197 ،
16 سبتمبر 2004 ، ص : 7 .

³- نفس المكان .

⁴- محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 145 .

1

:

(CD-ROM)

:

Compact Disc : CD -

Read Only Memory : ROM -

12

":

30

20

1,2

" 2 "

*

(650)

(460)

(74)

(270.000)

3

(3,5)

¹- Philip KOTLER et autres : Op . cit , p : 316 .

²- Pierre DESMET et Alfred ZEYL : le CD ROM porte du multimédia pour le marketing , p : 9.

* أحمد قادري : مهندس دولة في الإعلام الآلي ، مقابلة أجرتها الباحثة مع السيد أحمد قادري يوم : 19 / 02 / 2004 بمقر مكتبه للدراسات في مجال الإعلام الآلي - المدية -

" يمثل الميغابايت مليون بايت ، و 1 أوكتي هو كلمة من 8 بيت ، و 1 بيت هو وحدة لمعلومة تساوي 0 أو 1 . "

³- فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : وسائل الاتصال المتعددة " ميلتيميديا " ، ترجمة : فؤاد شاهين ، الطبعة الأولى ، ص : 17 .

"	"				
		1982	"	"	
		1985		(CD)	
		. ¹ ()		
		:			
		: (CD Audio)			-1
"	" (HITACHI) "	" (PHILIPS) "	"	1982	
	.(Discman) "	"	.(IVC)" .	." (SONY)	
			:(Cédérom)		-2
		:			
"	" :	1985	...		
	.(TOCHIBA) "	" (APPLE) "	" (SONY) "	" (PHILIPS)	
		: (CD-Rom eXtended Architecture) Xa			-3
		()	1988	
		:			
"	"	: (CD-I)			-4
				1991	
		:			
		: (CD-Photo)			-5
		:		1992	

¹ - نفس المرجع ، ص : 55 .

	30	: (CDV)	-6
CD			
		. ¹ 1992	
	: (DVD) ()	-7
	(Digital Vidéo Disc)	(Digital Versatile Disc)	
		(133)	
		(32)	
		(DVD)	
		(0,65)	
		(18) (4,7)	
		(27) (7)	
	. ² (4/3)	(16/9)	(VHS)
	:		
		:	-1
	...		
		:	-2
		:	-3

¹- Francis BALLE : Op. cit , p : 690 .

²- فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : م.س. ذ ، ص : 56 .

(Chargeurs) ...
(3000) 1995
1 . (110)

" "
(% 94) 1995

2 .

¹- Pierre DESMET et Alfred ZEYL : Op .cit , p : 61 .

²- محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 123 .

•

“ ”

- -

...

“ ” . “ ”

.

- -

.

.

:	-1
:	-2
1	
:	
- -	-
(Modem) " "	-
:	-
(... Compuserve America on line , Microsoft net work) :	-
:	
: (Internet Access Providers – IAP)	-1
(E- Mail)	
: (les services en ligne)	-2

¹ - فهد بن عبد الله اللحيدان : الأنترنت INTERNET : شبكة المعلومات العالمية ، الطبعة الأولى ، ص : 31 .

(les fournisseurs d'accès haut debit)

...

. (IAP)

.¹

(ISP)

.² 1999

(point to point – ppp)

(TCP/IP)

.
:
:
-
-
-
-
" (uniform resource locator – URL) "
" " -

(Domain Name System – DNS)

207.182.15.50 :

¹- François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 229.
²- IBID , p : 230 .

"

-

(Net work News Transfer Protocol – NNTP) "

(Simple Mail Transfer Protocol- SMTP) "

"

(Post office protocol - POP) "

"

1

*

:

:

: (électronique – mail : e-mail)

-1

(% 35)

2

¹ - زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، (و آخرون) : مقدمة إلى الأنترنت ، الطبعة الأولى ، ص ص : 28 ، 29 .

* أحمد قادري : مهندس دولة في الإعلام الآلي ، مقابلة أجرتها الباحثة مع السيد أحمد قادري يوم : 19 / 02 / 2004 بمقر مكتبه للدراسات في مجال الإعلام الآلي – المدية -

" يمكن الاستغناء عن طلب عنوان البريد الإلكتروني لأنه غير ضروري ، كما أن السؤال عن عنوان DNS أصبحت طريقة تقليدية (لأن هذه العملية و ما تستوجبها من تحويل إلى أرقام هي من إنجاز المزود) ، بالإضافة إلى أن السؤال عن NNTP هو غير ضروري الآن و بذلك يكفي طلب عنوان URL مباشرة و URL هو عنوان مصدر يستخدم للتحرك بين مواقع محددة ، وكل مصدر بالأنترنت (صفحة واب ، ملف صوتي أو صورة ...) يمتلك عنوانا خاصا به "

² - Serge GUINCHARD , Michéle HARICHAUX , Renaud de TOURDONNET: Internet pour le droit : connexion – recherche – droit , 2^e édition , p : 55 .

(temps réel)

:

-

-

-

1

(25)

:

-

....

*

-

(temps réel)

-

(Asynchrone)

¹ - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 569 .

* بهذا الصدد انظر : طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 598 ، 599 .

" القوائم البريدية (mailing-lists ; les listes de diffusion) : تمثل مجتمع من مستخدمي الأنترنت ، اختار أعضاؤه الإشتراك في هذه القوائم بمحض إرادتهم ، وهي ذات درجة عالية من الأوتوماتيكية ، إذ يمكن لمستخدم الأنترنت الإشتراك فيها أو إلغاء اشتراكه في أي وقت وفي حالة قوائم المناقشة يتم توزيع البريد الإلكتروني المرسل لمشارك معين على جميع المشاركين بطريقة أوتوماتيكية .

و القوائم البريدية عدة أنواع :

- قوائم النشر : للحصول منها على المعلومات و الأخبار .

- قوائم المناقشة : تثار فيها موضوعات مختلفة عن طريق E-mail

- قوائم مجانية للجميع .

- قوائم فردية و مصنفة بنظام الـ : Digests " .

: (Browsers)**-2**

(Gopher)

(Archie)

. ² (file transfer protocol - FTP)

(world wide web : www)

(hyper text markup

) langage : html)

Mosaic – Netscape – ...) : (Navigateurs)

(...

(Microsoft Explorer

3

(URL)

4

¹- André BERTRAND , Thierry Piette COUDOL : Internet et le droit , 1^é édition , p : 17 .

²- وائل أبو مغلي ، باسل شفيق ، مراد شلباية : مقدمة إلى الأنترنت ، الطبعة الأولى ، ص : 14 .

³- André BERTRAND , Thierry Piette COUDOL : Op . cit , p : 18 .

⁴- محمد محمد الهادي : تكنولوجيايات الاتصالات و شبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات ، الطبعة الأولى ، ص : 227 .

* أحمد قادري : مهندس دولة في الإعلام الآلي ، مقابلة أجرتها الباحثة مع السيد أحمد قادري يوم : 19 / 02 / 2004 بمقر مكتبه للدراسات في مجال الإعلام الآلي – المدية -

: (News-groups)

-3

(Forums)

"

Unix user) Usenet News

(Net Work

.¹ * " la netiquette :

2

(Bit net) "

" "

3

. . . .

" "

(Public Electronic

1990

(Rogers)

" la netiquette : هي مجموعة من القواعد و القوانين الذاتية المتفق عنها مسبقا من قبل مستخدمي موقع معين ، و يجب الخضوع لها و احترامها و هي كثيرة الاستخدام خصوصا في مجموعات النقاش ؛ فقد يفرض مثلا صاحب موقع نقاش على رواد هذا الأخير بعض الشروط التي يراها تخدم سير الموقع ، مع الاتفاق على عدم تجاوزها أو اختراقها ، بما أنها أصبحت بمثابة قانون "

¹- Francis BALLE : Op. cit , p : 177 .

²- فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 41 .

³- نفس المرجع ، ص : 42 .

(13)

(% 60)

(% 95)

(2500)

¹

: (Files Transfer Protocol – FTP)

-4

)

(

(Login Name)

() (Anonymous)

²

(FTP)

(URL)

" FTP : // "

" http : // "

(LOGIN)

(FTP)

:

(Mot de passe)

³ (FTP://login:motdepasse @ftp.protégé.Fr)

:

: (Internet Relay Chat – IRC-)

-1

¹ - محمد لطف علي الحميري : التقنيات المعاصرة في الاتصال : المستحدثات و الاستخدامات (أطروحة دكتوراه دولة) ، ص : 71 .

² - زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، (و آخرون) : م . س . ذ ، ص : 6 .

³ - Pierre DE RAUGLAUDRE : Internet Explorer : internet mail – internet news –Net meeting , p : 34 .

. (téléconférence)

-2

:

-3

.¹ (temps réel)

(Communication privée) :

(Communication semi :

:

: – privée)

.²

:

()

"

"

1957

3

" "

(1957)

" : (Advanced Research Project Agency - ARPA)

"

4

"

¹- André BERTRAND , Thierry Piette COUDOL : Op . cit , p p : 21 , 22 .

²- François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p p : 230 , 231 .

. 22 : . . .

:

-³

⁴- Francis BALLE : Op. cit , p : 190 .

(ARPA)

¹ 1958 " (NAZA)

*(Packet Switching)

" "

" :

" " " " "

(les universités de : UCLA callifornie a Los Angeles - Stanford "

Research institute – L'universite de Santa Barbara- L'universite de L'utah a Salt lake city)

" " 1969

" " ²(ARPANET)

³ 1972

⁴ (200) 1982

(national science

(60) 1983 . foundation – NSF)

5

¹ - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س. ذ ، ص : 23 .

* بهذا الصدد انظر : مفتاح محمد دياب : م . س. ذ ، ص : 131 .

" طريقة تحويل الحشود أو طريقة نقل حزم البيانات (Packet Switching) ، هي طريقة في مجال اتصالات البيانات ، يتم فيها تقسيم البيانات إلى مجموعات أو حزم ، وترسل إلى المكان النهائي بواسطة مسار سريع جدا ، ونقطة المكان النهائي هي المسؤولة عن إعادة تجميع هذه المجموعات أو الحزم وفق نظام مناسب " .

² - Francis BALLE : Op. cit , p : 190 .

³ - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س. ذ ، ص : 26 .

⁴ - Francis BALLE : Op. cit , p : 175 .

⁵ - Loc . cit .

: 1974 (TCP/IP)

¹(Vinton Cerf et Robert Kahn) " " " "

. ² 1978

(Timothy Bernes – Lee) "

³ 1989 ()

()

. ⁴ 1992

" " " "

1993 "

5

: -1

(213)

(43230000)

(19540000)

. ⁶ 1999

¹- IBID , p : 190 .

²- Guy HERVIER : Le Commerce Electronique : vendre en ligne et optimiser ses achats , p : 258 .

³- Francis BALLE : Op. cit , p :191.

⁴- : . : 569 .

⁵- وائل أبو مغلي ، باسل شفيق ، مراد شلباية : م . س . ذ ، ص : 13 .

⁶- Francis BALLE : Op. cit , p : 179 .

1	(80)	1998		
	(250)	2000		
3	(800)	2004	2	
4	(69 %)			(146)
	"	"		
	(% 56)	1999		
	5	2002	(% 67)	2001 (% 64)
				– 1998
		6	(% 20)	(% 15)
7	(200000)			
:				
				-1

¹ - IBID , p : 194 .

² - فرانسوا لسلي ، نقولا ماركيز : م . س . ذ ، ص : 12 .

³ - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 92 .

⁴ - François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 1 .

⁵ - أسرة التحرير : " 146 مليون أمريكي يستخدمون الأنترنت " ، جريدة الجزائر نيوز ، العدد : 30 ، 15 فيفري 2004 ، ص 19 .

⁶ - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 37 .

⁷ - François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 9 .

(... -)	-2
.	-3
.	-4
:	-4
.	-5
.	-6
.	-7
.	-8
.	-9
:	-2
:	
.	
-	
Next génération internet) "	" -
" 2 " "	" (NGI
:	
Verry high speed backbone) "	"
. ¹	(Net work Service- VBNS)

¹ - Ministère de l'économie des finances et de l'industrie (France) : la nouvelle donne du commerce électronique (rapport de la mission commerce électronique , présidé par Francis LORENTZ) , p : 180 .

(NGI) "

"

(vision phonie)

...

(MOBILE)

(NGI)

(20)

(100)

:

(University Corporation for Advanced internet Development :UCAID)

(500 000)

-IBM)

()

.¹

(..AT&T

1998

" :

Information Technology Advisory) "

(Committée

" "

- 2000

- (ALGORE)

¹ - Loc . cit .

(366) The Twenty First Century – IT2-)
1 . (% 28+)

" - . - " :
(Digital Subscriber Line - DSL -)

(5,1) " " (144)
(25) (5,2) " "
" " (56)

2 ...

:

:

¹- IBID , p : 181 .

²- أسرة التحرير : " ما هي الخطوط الرقمية للمشاركين (دي . إس . إل) " ، جريدة آخر ساعة ، العدد : 1252 ،

30 نوفمبر 2004 ، ص : 17 .

:

:

-1 :

:

- :

...

1 .

- :

" (soft bot) " " (know bot) " "

2 .

" " " " "

:

- : (Meta- Search)

:

" " " "

¹ - كريستيان كرامليش : ألقباء الأنترنت ، ترجمة : مركز التعريب و البرمجة ، الطبعة الثانية ، ص : 150 .
² - نبيل علي : م.س. ذ ، ص : 101 .

: (hyper-organizers) -

: (Archive crawlers) -

¹

:

(3D)

Virtual Reality) "

"

(Modeling language : VRML

²

: -2

:

: (virtualité) -

() :

...

: (Dynamisme) -

(Statique)

- (one to many)

-

¹ - نفس المرجع ، ص : 102 .
² - کریستیان کراملیش : م. س. ذ ، ص : 159 .



..

: (Instantanéité) -

. (temps réel) "

.

: (Asynchronisme) -

.

:

:

:

-1

...

.

.

1

2700 :

* 2

(édition on line) "

"

3

:

-2

¹ - فهد بن عبد الله الحيدان : م . س . ذ ، ص ص : 43 ، 44 .

² - محمد محمد الهادي : م . س . ذ ، ص : 26 .

* بهذا الصدد انظر : Kamel BEN ELKADI : Internet en " liberté surveillée " , journal

EL WATAN , N° : 4086, 04 Mai 2004 , p : 2 .

" كانت جريدة " الوطن " أول يومية جزائرية مستقلة عرضت على الخط ، و هذا عام 1997 م لتمنح لقرائها فرصة الاطلاع على محتواها خصوصا في الخارج و- لحد تاريخ نشر هذا المقال - تقوم : 24 جريدة في الجزائر بإعداد مواقع لها في الأنترنت " .

³ - فهد بن عبد الله الحيدان : م . س . ذ ، ص : 47 .

1

(interaction) "

"

-3

:

...

...

"

"

"

"

1996

(téléchirurgie)

(Nigel Murray)

1998

19

(cœur ouvert)

"

"

.² (WWW.AHN.COM)

¹ - نفس المرجع ، ص : 44 .

² - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س.ذ ، ص : 113 .

* بهذا الصدد انظر : فهد بن عبد الله اللحيدان : م.س.ذ ، ص : 46 .

*

(Business to business- B2B-)

(Business to consumer - B2C-)

.....

1998	(B to B)		
	(109)	(Forrester Research)	(43)
	2003	(1300)	. 1999
. ¹ (32 %)	1998		
	-		
			-

" البائع السايبروني : كلمة السايبروني مأخوذة من مصطلح " السايبر (cyber) ، وهو مصطلح يطلق على عالم الشبكة و الذي تسبح فيه نبضات الاتصالات جيئة وذهابا بين المستخدمين عبر خطوط الاتصال . أما ما يطلق عليه بالبائع السايبروني هو مشروع بدأت في تطويره جامعة أدنبره في اسكتلندا بدعم من اللجنة الأوربية و تبلغ تكلفته ستة ملايين دولار " .

¹ - Pierre DE RAUGLAUDRE : Op . cit , p : 47 .

(300)	2002	¹	(18)	(12)
	(3,1)	2003		²
⁴		2005	³	()
	...			
	...			
	()			

:

-

:

¹ - Loc . cit .

² - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

الطبعة الأولى ، ص : 27 .

³ - بهاء شاهين : العولمة و التجارة الإلكترونية : رؤية اسلامية ، الطبعة الأولى ، ص : 67 .

⁴ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 27 .

-1

:

:

:

-

"

"

":

":

"

1"

"

"

(30)

"

"

2

¹ - بهاء شاهين : م.س. ذ ، ص : 174.
² - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س. ذ ، ص : 111 .

- :

*

1

(E-Bay)

-

-

2

(22)

2000

:

-2

:

* بهذا الصدد انظر : ألان سيمبسون : م . س . ذ ، ص : 24 .

" الأنترنت: شبكة اتصال محلية (باختصار LAN) تربط العديد من الكمبيوترات ضمن المؤسسة أو الشركة ، و هذه الشبكة الصغيرة مصممة للعمل بنفس طريقة عمل شبكة الأنترنت العالمية ، وهي تتيح للعاملين ضمن المؤسسة إمكانية استخدام الشبكة المحلية للتواصل فيما بينهم بالإضافة إلى القدرة على الوصول إلى شبكة الأنترنت الخارجية بالأدوات و المهارات نفسها ."

¹- Pierre DE RAUGLAUDRE : Op . cit , p : 47 .

²- Guy HERVIER : Op . cit , p : 218 .

	:	-
	(Smart cards)	
	. ¹	(2)
	. (Télébanking)	" "
	:	-
(Diskette)		
	(CD-Rom)	
	-	-
. ² 1996	(% 35)	
	:	-3
	:	
(la nouvelle économie)		
	-	
"	" : - (Kevin Kelley) "	" : (wired)

¹ - طلعت أسعد عبد الحميد : م. س. ذ ، ص : 550 .
² - فهد بن عبد الله اللحيدان : م. س. ذ ، ص : 176 .

1 (interconnectée) " " (immatérielle) " " (globale)

:

:

-

:

(% 20)

(% 80)

2

(% 60)

(21)

3

:

-

(43)

4 1997 1978 :

1998

(1,2)

(1,5)

1- Francis BALLE : Op . cit , p : 262 .

2- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 74 .

3- نفس المرجع ، ص : 16 .

4- محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 18 .

.¹ (300)

.²

:

.

.

.

:

.

"

"

" "

" "

"

" :

"

¹- Francis BALLE : Op . cit , p : 263 .
²- IBID , p : 262 .

()

:

1 "

: -1

" " "

2 "

3 "

"

"

"

4 (% 80)

(cyberporn) "

(% 98)

5

-
- 1- حسن طاهر داود : جرائم نظم المعلومات ، الطبعة الأولى ، ص : 23 .
 - 2- نبيل علي : م.س.ذ ، ص : 411 .
 - 3- نفس المرجع ، ص : 412 .
 - 4- محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س.ذ ، ص : 101 .
 - 5- نفس المكان .

.¹

(10 %)

:

-2

" :

" 2

(International Computer Security Association – ICSA-)

(70 %)

(56 %)

.³ (3 %)

(11 %)

1988 2 :

"

" :

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 172 .

² - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص : 24 .

³ - سرحان سليمان داود ، محمود عبد المنعم المشهداني : م . س . ذ ، ص : 131 .

1

2

-3

1997

) "

"

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 101 .

² - نفس المرجع ، ص : 90 .

.¹ 2005

² 1995 (250.000)

.³

" "

(Phishing)

...

(Symantec) "

"

2004

(9)

"

"

(33)

" "

(10.310)

2004

.⁴

¹ - حسن طاهر داود : م.س. ذ ، ص : 19 .

² - بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م .س. ذ ، ص : 113 .

³ - فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : م.س. ذ ، ص : 15 .

⁴ - Le journal : " Après le virus , le phishing : Escroqueries sur le net " , le **Quotidien d'Oran** , N° : 3102 ,
12 Mars 2005 , p : 15 .

* بهذا الصدد انظر : فهد بن عبد الله اللحيدان : م .س. ذ ، ص : 165 .

*

1 .

(1400)

"

"

"

"

"

"

.

— "

"

"

"

—

"

(SILICON SNAKEOIL)

(Modem)

2 "

:

3

" أجرت الدراسة الباحثة " كمييرلي يونج " - وهي أستاذة علم النفس المساعد بجامعة بتسبرج بالولايات المتحدة الأمريكية - عن

- آثار إدمان الأنترنت على أربعمئة شخص " .
- 1- فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 166 .
 - 2- نفس المرجع ، ص : 167 .
 - 3- حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص : 73 .

1 "

- :

(System hacking)

2

- " :

3 "

- " : :

(virtuelle) "

"

4 "

1- عبدالله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 58 .

2- نفس المرجع ، ص : 62 .

3- نفس المرجع ، ص : 64 .

4- محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 64 .

"

"

.

(week -

- Bissnes)

1

:

"

2 "

:

" : (le fournisseur d'accés) -

- -

3 "

(Abonnement)

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 207 .

² - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، ص : 135 .

³ - نفس المرجع ، ص : 136 .

: (Le fournisseur d'hebergement)

"

-WEB-

()

1 "

()

" : (le fournisseur des informations)

2 "

: (le fournisseur des services)

(web agency)

3 "

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 81 .

² - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م . س . ذ ، ص : 153 .

³ - Serge GUINCHARD, Michelle HARICHAUX, Renaud deTOURDONNET : Op.cit , p: 31.

1

:

- (le grand secret) "

":

:

(Gubler) " "

1996

- (François Mitterrand) "

"

2

(Estelle Halliday) "

"

3 (w w w .altern.org Silversurfer) :

:

-2

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م.س.ذ ، ص : 152 .

² - Francis BALLE : Op . cit , p : 329.

³ - Serge GUINCHARD , Michelle HARICHAUX , Renaud deTOURDONNET : Op.cit , p : 238 .

” ”

”

”

—

—

1

(%10)

2

3

1- عبد الله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 136 .

2- نفس المرجع ، ص : 137 .

3- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ،

م . س . ذ ، ص : 132 .

(Dark- Secrets Boys) :

1 .

-3 :

2 .

:

...

" :

(Brad Skolnik)

" :

¹ - نفس المرجع ، ص : 133 .
² - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 61 .

1"

2 "

(5,4)

¹ - عبد الله حسين علي محمود : م.س. ذ ، ص : 132 .
² - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س. ذ ، ص : 68 .

:

:

:

-

:

(http://www.cyberpatrol.com):

: (Cyber Patrol)

-

(CyberNot)

(Chat Gard) "

"

(http://www.Surf Watch.com)

:(Surf Watch)

-

.¹(Blocked)

: (Microsoft for kids)

-

.²

:

(Fire Wall Software)

:

(procc)

(procc)

¹- زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، (و آخرون) : م . س . ذ ، ص ص : 215 ، 216 .
²- ص . بورويلة : " جزائريات يروين قصص أبنائهن مع الأنترنت : اكتشفت أن ابني مدمن على المواقع الإباحية " ،
جريدة الخبر ،
العدد : 3873 ، 2 سبتمبر 2003 ، ص : 12 .

1

2

- :

" "

" (JFI) "

3

- :

":

4 "

) (128) (80) (64) (40)

5

(

:

- :

-
- 1- زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، (و آخرون) : م . س . ذ ، ص : 214 .
 - 2- بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م . س . ذ ، ص : 125 .
 - 3- عبد الله حسين محمود : م . س . ذ ، ص : 142 .
 - 4- بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م . س . ذ ، ص : 124 .
 - 5- نفس المكان .

1

-

:

()

(password)

(Digital

Certificate)

2

:

-2

(la Netiquette)

3 (Ethique du Net) : (Net) (Ethique)

:

¹- Guy HERVIER : Op.cit , p : 176 .

²- بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م . س . ذ ، ص : 124 .

³- Serge GUINCHARD, Michelle HARICHAUX , Renaud deTOURDONNET : Op .cit , p : 273 .

:) : -
 (...

1997 16
 (No Electronic Theft Act) :

.¹

" " : -
 1996
 (Communication Décency Act-CDA-)
 18 " :

.² (250000) "

1998
 (Child on line protection Act) " " :
 18 (Filtres)

1999
 .³ (Systemes de filtrage)

¹- Francis BALLE : Op .cit , p : 330 .
²- André BERTRAND , Thierry PIETTE COUDOL : Op . cit , p : 69 .
³- Francis BALLE : Op .cit ,p : 331 .

		2002	
			(les sites en " kids")
	1		
		:	-
	1996	12	
	2	1996	16 (162 /51)
			1998
	3		
		-	1998
			-
			4
		2000	13
			5
			2000
			30
	6		

¹- " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen " : www.abc -NetMarketing

²- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 165 .

³- André BERTRAND , Thierry PIETTE COUDOL : Op . cit , p : 45 .

⁴- IBID , p : 53.

⁵- Guy HERVIER : Op . cit , p : 210.

⁶- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 183 .

1990

1

2000 30

2

2000 10

3

" "

:

1996 26 (Fillon)

4

(31/2000)

2000

(40)

5

...

¹ - نفس المرجع ، ص : 197 .

² - نفس المرجع ، ص : 205 .

³ - Guy HERVIER : Op . cit , p : 218 .

⁴ - Francis BALLE : Op . cit , p : 332 .

⁵ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ،

م.س. ذ ، ص ص : 113 ، 114 .

2000

1

1989

2

2004

3

(1,9)

)

(1600)

(

4

(18 000)

(200)

2004

*

1- عبد الله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 131 .

2- نفس المرجع ، ص : 322 .

3- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 85 .

4- أسرة التحرير : " غلق 1600 مقهى للإنترنت بالصين " ، جريدة الخبر ، العدد : 4238 ، 08 نوفمبر 2004 ، ص

7 :

* تمت هذه الحملات في الولايات المتحدة الأمريكية ، و عشر دول أخرى هي : بلجيكا ، بريطانيا ، الدانمارك ، فرنسا ، ألمانيا ، المجر إسرائيل ، هولندا ، سنغافورة ، و السويد ، وهذا من قبل العملاء في مكتب التحقيقات الفيدرالية الأمريكية و عملاء هذه الدول ، و ذلك بتنفيذ مئة و عشرين بحثا متزامنا في (27) ولاية أمريكية و العشر دول .

(30)

(65000)

1

(138)

"

1998

(Anti – Spam) "

(50)

2

(Seattle) "

":

(48000)

(Blaster)

2003

3

:

-3

¹- أسرة التحرير : " يتسببون في خسائر بملايين الدولارات : حملة دولية ضد قرصنة الأنترنت " ، جريدة الخبر ، العدد : 4070 ،

25 أفريل 2004 ، ص : 13 .

²- " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen " : www.abc-NetMarketing

³- le journal : " Prison pour un adolescent américain qui a propagé un virus informatique " le **Quotidien d'Oran** , N : 3068 , 31 janvier 2005 , p : 15 .

:

:

-

:

-

-

(Book Mark) "

"

-

1

(Netscape)

(Internet Explorer)

2

:

-

¹ - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص : 92 .
² - بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 85 .



:

-

-

-

1
...

:

-

:

-

-

-

-

-

-

-

¹ - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص ص : 125 ، 126 .

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م.س.ذ ، ص : 345 .

² - عبد الله حسين علي محمود : م.س.ذ ، ص : 409 .



•
•

.

.

.

.

•

•

.

27

(1869)

1999

4

13

(Journal Net)

1999

(% 54,6)

(% 18)

.¹ (% 2)

()

-
-
-
-

¹ - "La télévision première victime du Net " : www.bigben-pub.com

1

:

(San Jose Mercury News)

1993

2

" "

1996

(Wall Street Journal)

(200 000) 1997

3

(49)

(3500)

4 1997

:

-

-

-

¹ - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 389 .

² - Francis BALLE : Op . cit , p : 184 .

³ - IBID , p : 185 .

⁴ - فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : م . س . ذ ، ص : 35 .

1

" "

2

3 (on – line news papers)

4 (e.zines) :

" "

5

...

" "

6

¹ - فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 47 .

² - فرانسوا لسلي ، نقولا ماركيز : م . س . ذ ، ص : 35 .

³ - فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 47 .

⁴ - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 44 .

⁵ - Francis BALLE : Op .cit, p : 185 .

⁶ - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 391 .

1

1999

(800)

2005

2

(le web casting)

2015

2010

(la push – technology)

(le broadcasting)

3

¹ - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 103 .

² - محمد محمد الهادي : م . س . ذ ، ص : 26 .

³ - Francis BALLE : Op .cit, p : 186 .

1
:
(ESPN news) (CNN fn)

2
3

" "
(DOMOCO) " : (NTT)
(I- MODE) 1999

4
5
(internet mobile) "
" "
(
(marketing one to one)
(Short Message Service - SMS)

1- نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 393 .
2- Francis BALLE : Op . cit , p : 454 .
3- نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 393 .
4- Guy HERVIER : Op . cit , p : 109 .
5- IBID , p :110 .

1

(Smart phone) " " :

(un veritable central) " "

2

3(PC)

¹- IBID , p :119 .

²- Francis BALLE : Op .cit, pp : 186 , 187 .

³- Guy HERVIER : Op . cit , p :122 .

. (Double interactivité) " "

(One " " (One to one) " "

" " " to many)

. ¹ (Quelques –uns à quelques-uns)

: (Démassification) -2

(Mass média) "

(Individualisme) " "

" " " "

(la démassification des médias) " "

" "

. 2 "

: (Mobilité) -3

³ (la miniaturisation) " "

¹- Francis BALLE : Op .cit, p : 688 .

²- محيي محمد مسعد : ظاهرة العولمة : الأوهام و الحقائق ، م . س . ذ ، ص : 34 .

³- نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 69 .

" "

(Autonomie)

...

: (Connectivité et Convertibilité)

-4

1

- -

(Asynchronization) "

: (GLOBALISATION)

-5

¹ - محيى محمد مسعد : ظاهرة العولمة : الأوهام و الحقائق ، م . س . ذ ، ص : 35 .

(GLOBALISATION)

(les Autoroutes Electroniques)

logique de) "

logique de) "

"

"

(communication de masse

¹ (communication segmentée

:

¹- Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 4 .

: -1

(INFOMERCIAL) "

(publi-Reportages)

: -2

: -3

...

: -4

. 1

¹ - Loc . cit .

:

-

-

:

.

:

.

.

"

" "

"

....

.

الفصل الثالث

الإعلان في المواقع الافتراضية



:

.

.

:

.

.

.

:

(% 90)

-
1 .

:

-

-

-

:

2 .

¹ - محمد محمد الهادي : م . س . ذ ، ص : 24 .
² - : . . : 311 .

:

-1

:

":

1 "

:"

"

"

2 "

:

:

3

(Webcrawler, Lycos , Altavista, Looksmart, Snap,):
(HotBot, GoTo.Com yahoo , Go , Excite)

4

¹ - محمد أحمد أبو القاسم : التسويق عبر الأنترنت ، الطبعة الأولى ، ص : 110 .

² - مي العبد الله سنو : الاتصال في عصر العولمة : الدور و التحديات الجديدة ، ص : 85 .

³ - Jean – mark DECAUDIN : Op . cit , p p : 142 , 143 .

⁴ - بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 189 .

- " "

-

. 1

:

-2

(WIRED) 1994 27

(WWW.HOTWIRED.COM):

(AT&T)

(MODEM MEDIA)

DIGITAL MARKETING)

. 2 (COMMUNICATION ORGANISATION

¹ - نفس المرجع ، ص : 190 .

² - " la premiere publicite du monde " : www.modemploi.com/fr/premierpub-htm

.				-
.		-		-
				-
		.		
	...	(...)
.				
.	¹	(2)	1998	
				- (MyersGroup) -
.	²			(32) 2005
				(Forrester Research)
	1999	(2,8)		
				³ 2004 (33)
.	⁴			

¹- Jean – mark DECAUDIN : Op . cit , p : 142 .

²- "Le marché américain de la publicité en ligne" : www.Big ben-pub. Com

³- Rick LEVINE , Christopher LOCKE , Doc SEARLS . et autres : Liberté pour le Net , traduction : Marie – France pavillet , et Valerie Lavoyer , p : 131 .

⁴- سارة وايت : م . س . ذ ، ص : 359 .

1 "

2 "

3

-1

(rtisoft.com / animagic/ :
 Web-animator.com/oder.com/créations/banner/)
 (9,95) (Web – animator)

4

5

-2

(IAB)

.172 : : -1

.157 : : -2

³ - "qu'est ce qu'une bannière " : www.modemploi.com/FR/questcequ-une-ban-hTml.

⁴ - " la fabrication des bannières " : www.modemploi.com/FR/Fabrication-bann.hTm

⁵ - " Formes et coûts de la Net pub : les bannières " : www.bigben-pub.com

(international Advertising bureau)

:

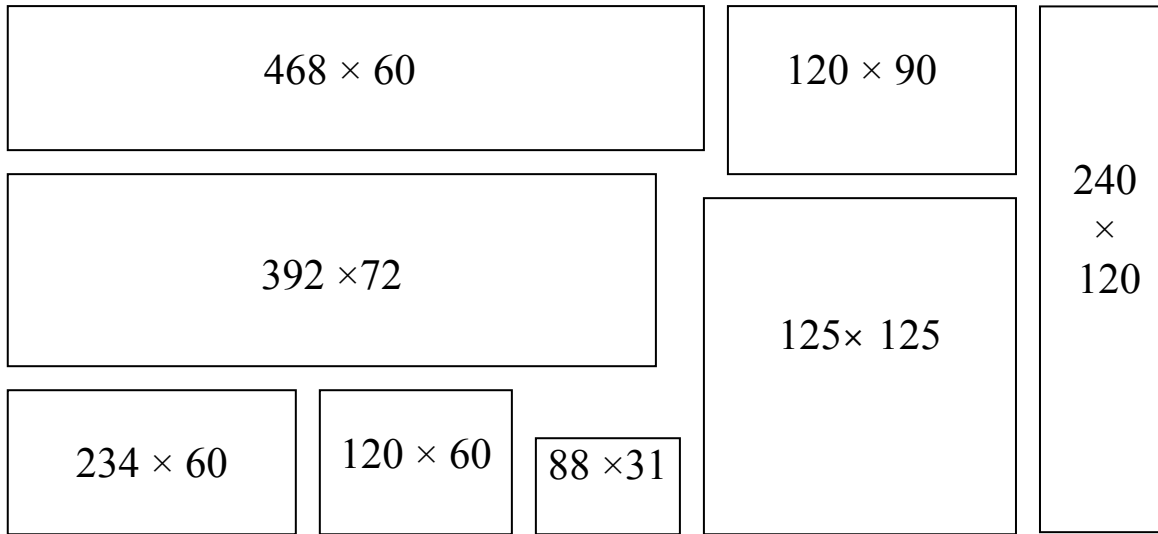
(-)			(pixels)
- Full Banner - Bannière complète		12	60×468
- Full Banner with vertical navigation - Bannière complète avec barre de navigation			72×392
- Half banner - demi bannière			60×234
- Vertical banner - bannière verticale			240×120
- Button 1 - Boutton 1		6	90×120
- Button 2 - Boutton 2		5	60×120
- Square button - bouton carré			125×125
- Micro button - tout petit bouton		2	31×88

(1) :

¹ (IAB) :

¹ - Richard CARLIER : profession Web Master , p : 230 .

:



(3)

¹ (IAB) :

(grande bannière)

(bannière classique)

2001

. ² (% 64,66)

(1)

¹- loc . cit .

²- " les formats de la publicité en ligne" : www.bigben-pub.com

CLIQUE ICI POUR PARTICIPER **GOD OF WAR™** PlayStation 2

()

100% promos

Promovacances.com

AGADIR

8J/7N
Hôtel 4*

à partir de
349€

Cliquez ici

EN EXCLUSIVITE SUR YAHOO! VOYAGES

()

(1)

()

()

2001

(Gratte – ciel) (Skyscraper)

:¹

600 × 120

600 × 160

150 × 180

250 × 300

280 × 336

400 × 240

250 × 250

. (2)

¹ - " formes et coûts de Netpub : les bannières" : [www. Bigben – pub . com](http://www.Bigben-pub.com)

Canon

Entrez
dans la vie
des plus
grands
footballeurs



Canon

Entrez
dans la vie
des plus
grands
footballeurs

Cliquez ici
pour en
savoir plus



(CANON)

(2)

:

-3

:

-

.

-

(6)

.¹

(15)

.²

(10)

.³

-

-

(l'URL)

(le logo)

.⁴

-

(sponsor)

(annonceur)

:

.⁵

(partenaire)

-

.⁶

¹- "le poids des bannières" : www.modemploi.com/Fr/lepoidsdesban.html

²- " la publicité sur internet " : www.supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc

³- IBID .

⁴- Richard CARLIER : Op . cit , p : 231 .

⁵- Loc . cit .

⁶- "le poids des bannières" : www.modemploi.com/Fr/lepoidsdesban.html

:
:
-
(cliquez ici) " " :
.
(cliquez-moi) " "
:
-
:
:(le gif anime) ■
(30) (ZDNet) .
(%15)
. (% 40)
: (les Applets Java) ■
" "
(en savoir plus)
.
(JAVA)
: (Le Streaming) ■

: (Flash) ▪

: (DHTML) ▪

...

: (html) ▪

.¹

(3)

" "

.

¹- Richard CARLIER : Op . cit , p : 232 .



POUR QUE L'AUTOMOBILE SOIT TOUJOURS UN PLAISIR

Accéder à mon espace personnel

e-mail

- Les véhicules
- Les services
- Tout sur Peugeot
- Espace Personnel

- Modèle
- Version
- Couleurs
- Options
- Résumé

Choisir une voiture selon vos critères

Sélectionner un ou plusieurs critères

Modèles

-- Je ne sais pas --

Carrosserie

-- Je ne sais pas --

Energie

-- Je ne sais pas --

-- Je ne sais pas --

Diesel

Essence

GNV

GPL

HDi

-- Je ne sais pas --

Prix maxi

-- Je ne sais pas --

Le configurateur vous permet de choisir et personnaliser un véhicule selon vos désirs.

Vous obtiendrez un devis en ligne et pourrez contacter votre concessionnaire pour essayer le modèle choisi.



(3)

...

(L'interstitiel)

:

(l'interstitiel)

: (interstitiel)

" :

¹ "

(intervalle)

(interstices)

²

³

:

-1

:

.

.

-

-

-

⁴

:

-2

:

-

⁵

-

¹- " les interstitiels " : [www.lbelgique.lfrance.com /a - pub/](http://www.lbelgique.lfrance.com/a-pub/)

²- "les publicités interstitielles" : www.modemploi.com/lespublinterstitielles.htm

³- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 98 .

⁴- " les interstitiels " : [www.lbelgique.lfrance.com / a-pub /](http://www.lbelgique.lfrance.com/a-pub/)

⁵- IBID .

:

-3

:

-

.

-

.¹ (ko 100)

.²

(4)

. (NOKIA)

¹- IBID .

²- "les publicités interstitielles" : www.modemploi.com/lespublinterstitielles.htm



**NOKIA
6630**

Le pouvoir d'une
nouvelle génération

Connexions rapides
Vidéo streaming
Emails avec pièces jointes
Appareil photo 1.3 mégapixel
Une nouvelle vision de la téléphonie

NOKIA
CONNECTING PEOPLE

The advertisement features a silver Nokia 6630 mobile phone positioned on top of two stacked, metallic-looking blocks. The top block is embossed with the number '3' and the bottom block with the letter 'G', representing 3G technology. The phone's screen displays a colorful image of a bird in flight over a landscape. The Nokia logo and slogan 'CONNECTING PEOPLE' are located at the bottom right of the advertisement.

(4)

(NOKIA)

(superstitiel)

(l'interstitiel)

1 "

":

:

-

-

-

2

:

(100)

-

(pixels 550 × 480)

-

(20)

-

-

."

":

-

:

:

-

:

-

" "

(%12)

(% 45)

.

¹- "formes coûts de la Netpub" : www.Bigben-pub.com

²- banjamaïn shramech : " Un nouveau format de bannière : le superstitiel " : www.Bigben-pub.com

(L'interstitiel)

(Superstitiel)

1

(Le Sponsoring) :

()

":

2 "

"

3 " - :

4

" : ()

(grace à notre " sponsor xy vous avez accès gratuitement à ces informations)

(ces infos vous sont " " ")
proposés grace à notre collaboration avec xy)

1- [www.ibelgique . Ifrance .com / a-pub /](http://www.ibelgique.ifrance.com/a-pub/)

2- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 98 .

3- Richard CARLIER : Op . cit , p : 224 .

4- "le sponsoring ou le parrainage" : www.ibelgique .ifrance .com /a-pub / sponsoring- parrainage.php3.

" " " :

" www.ex.fr % 25

(ce site est réalisè en collaboration avec xy qui grace à son produit yz
diminue de 25% vos notes de téléphone, visitez son site www.ex.fr)

(3)

1

(% 40)

2

(partenariat)

3

:

-1

:

¹ - "le sponsoring" : www.modemploi .com

² - IBID

³ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 98 .

()

1

(6)

1999

2

:

-2

(IAB – PWC)

- (% 12,6)

- 3 2000

:

-

-

-

4

-

5

¹ - " le sponsoring " : [www . modemploi . com](http://www.modemploi.com)

² - [www . Ibelgique . Ifrance . com / a-pub /](http://www.Ibelgique.Ifrance.com/a-pub/)

³ - IBID .

⁴ - "le sponsoring ou le parrainage" : [www.ibelgique . ifrance . com/a-pub/sponsoring- parrainage.php3](http://www.ibelgique.ifrance.com/a-pub/sponsoring-parrainage.php3).

⁵ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit, p : 98.

	:	-3
:		
	(sponsor)	-
		-
		-
1	-	-
		-
1999		
(partenariat)	(IPSOS- ASI)	
2	-	:
		:
	:	
		-1

(l'évenementiel et les opérations spéciales)

¹- " le sponsoring " : [www . modemploi . com](http://www.modemploi.com)
[www. Ibelgique . Ifrance . com / a-pub/](http://www.Ibelgique . Ifrance . com / a-pub/)
²-

(bandeau)

.
: (le publi - reportage) - 2

.
.
: (le push) - 3

. 1

1998

(% 90,6)

¹ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 98 ,100 .

.¹ (% 55) (% 40)

²(% 87) 1999

.³ 2003 (% 48) 2000 (%75)

(le sponsoring et le parrainage)

⁵ 2003 (% 23) ⁴ 1999 (% 10)

:

(2

(e – mail) -

(file transfer protocol - FTP -) -

(newsgroups) -

(chat) -

(e – mail) :

¹ - " les differents produits publicitaires" : www.modemploi.com

² - " les bannieres " : www.Bigben-pub.com

³ - " formats des objets publicitaires": www.Bigben-pub.com

⁴ - " les bannieres " : www.Bigben-pub.com

⁵ - " formats des objets publicitaires": www.Bigben-pub.com

(informatif)

-

-

1

(e – marketer)

2004

(60)

2000

(jupiter communications)

2

2005

" – "

3

(jeux- concours)

(file transfer protocol - FTP-)

:

¹ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 101 , 102 .

² - Benjamin Schrameck : " de nouveaux formats d'e-mail " : www.Bigben-pub.com

³ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 103 .

-

.

-

:

1

.

(news groups)

:

:

:

-

.

.

:

-

2

.

:

-

"

"

¹- Loc . cit .
²- IBID, p : 104 .

...

1

(CHAT) :

:

: -

: -

2

3

(Bannières)

:

¹- "La pub par E-mail" : www.modemploi.com/Fr/la_pub_e-mail.htm

²- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :105 .

³- "Les chats" : www.modemploi.com/Fr/ Les_chats.htm

(All is " " : .¹ content)
() :

(100) .² (150000)

:
.
.³ -

¹ - " Introduction : comment vendre de la pub sur son site " : www.modemploi.com
² - " passer par une regie publicitaire : comment vendre de la pub sur son site " : www.modemploi.com/Fr/passerparunereg
³ - " les centrales d'achats " : www.abc-Net Marketing.com

:

:

: (Coût pour mille – CPM-) " " -1
(CPM)
":

1 "

2

(450) (150)

.⁴ (500) (30) 3

:

(CPM)

-

(CPM)

5 (CPM)

(les sites thématiques) (CPM)

(500) (100) -(ABC-Net Marketing.COM) -

6

-

(CPM) (ABC-Net Marketing.COM)

(80) (50)

¹- Philip KOTLER et autres : Op .cit , p : 317 .
²- "internet : émancipation d'un média": www.nmg.lu/nmo/article.nsf
³- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :140.
⁴- Philip KOTLER et autres : Op .cit , p : 326 .
⁵- IBID, p : 317 .
⁶- Richard CARLIER : Op . cit , p: 234 .

(600)

(500) (250)

1

-

2 (700)

-

3 ...

*(contact)

(PAP) :

** (part de voix)

-

4 (PAP) (100)

(40000)

(350)

(15)

:

(2800)

1000 ← 350

4000 ←

¹- IBID , p : 233 .

²- IBID , p : 234 .

³- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :141 .

* Contact : عدد المرات التي يحظى الشريط الإعلاني فيها بالمشاهدة = PAP (page avec publicite)

** بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p :126 .

" حصة الأصوات : هو عدد الصفحات المشاهدة بالإعلان (page vue avec publicité - PAP) المشتراة على موقع /
جرد شامل للـ PAP المتاحة في فترة ما " .

⁴- IBID , p :141.

	40000×350	
	$14000 = \frac{\quad}{1000} =$	
80000	$28000 = ($	$) 2 \times 14000$
		$350 \times 2 \times 40$
	:	(15)
	(28000)	(80000) -
		. (TVA)
		-
		(75000)
(80000)		-
	(15)	
	1	
		(CPM)
(10)		.
		(50)
	2	

¹- " Qu'achete-t'on sur internet ? " : www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm

²- " vendre du sponsoring " : www.modemploi.com

"

"

1

(% 44)

: (coût pour clic – CPC-)

- 2

" :

2

3 "

" : (Click – Through)

"

4

(%2) (%1)

. 5 (%20)

"

"

(3000)

:

:

(42)

www.nmg.lu/nmo/article.nsf/

1 -

2 - " Qu'achete-t'on sur internet ?" : [www.modemploi.com /fr/qu'achetonsur.htm](http://www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm)

. 190 : . . . :

-3

4 - Philip KOTLER et autres : O p.cit , p : 317 .

5 - "Qu ' achéte-t'on sur internet?" : [www.modemploi.com /fr/qu'achetonsur.htm](http://www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm)

$$^1 \quad \%1,4 = \frac{100 \times 42}{3000}$$

:

.

-

-

...

(l'achat au clic) "

"

(PAP)

"

"

2

(PAP)

3

4

¹ - " C.P.M hit et taux de clic": www.modemploi.com

² - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :143 .

³ - IBID, p : 144 .

⁴ - " Qu ' achete-t'on sur internet ? " : [www.modemploi.com/ fr/qu'achetonsur.htm](http://www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm)

-3

:

:

: (le coût par million de pixels)

-

(CPM) " "

(CPC) " "

...

:

:

(pixels)

.

:

-

(Nombre d'objets publicitaires affichés sur une page - NOP)

":

. 1 " "

:

-

.

:

.

-

.() -

. () -

.

¹- www.nmg.lu/NMO /ARTICLE .hsf



¹ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :145 .
² - " les centrales d'achats " :www.abc-net marketing.com
³ - " Vendre des bannières " www.modemploi.com/fr/vendre-des-bannières.htm
⁴ - " vendre du sponsoring " : www.modemploi.com/fr/vendre-du-sponsoring.htm
⁵ - " les conditions pour l'annonceur : comment acheter ou vendre de l'espace publicitaire en toute sécurité " :
www.modemploi . com

:

...

	(300)	1998	
. ¹ 1997	(% 284)		(113)

...

.
2
.

:

:

¹ - le journal du net : " la publicité sur internet en France " : [http : banners.
noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/)

² - IBID .



...

·
:

-

· ...

-

· 1 ...

·
:

(l'objectif de notoriété et d'image)

:

· ²(Brand building) "

":

- -

:

: (Niveau cognitif)

-

¹- " les buts d'une campagne de pub internet" : www.modemploi.com

²- " La définition des objectifs de campagne": www.abc-Netmarketing.com

- : (Niveau affectif)

1 . : (Niveau conatif) -

: *(Millward Brown Interactive)

: -1

: -

. 2 (% 30)

. 3 (% 17)

: -

. 4 (% 5)

¹- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :48 .

* بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 49, 50.
" منهجية دراسة (Millward Brown Interavtive) حول فعالية الإعلان على الأنترنت: يعتبر (Millward Brown Interavtive) فرع لشركة (Millward Brown International) التي من بين اختصاصاتها قياس فعالية الحملات الإعلانية بجميع الوسائل الإعلانية التقليدية ، و قد قامت بدراستها على الأنترنت سنة 1997م بتوصية من: (Internet Advertising Bureau US) ، و ذلك بتوزيع – خلال الفترة الممتدة من 1 إلى 7 جوان (أي أسبوع) – (80144) صفحة من استمارة على (12) موقع من الأوائل بالإتفاق مثل: (-Hotwired –compuserwe... (CNN ، بإدراج بين صفحتي واب محملة من قبل الأنترنتي عند إبحاهم ، على أن تكون لديهم حرية الإجابة ، و قد قام (36065) شخص بملا الإستمارة ، ليتم تقسيمهم إلى مجموعتين : مجموعة القياس (Test-T) ، و مجموعة ضابطة (C-contrôle) ، حيث تعرضت المجموعة الأولى (T) حين وصولها إلى الصفحة المحملة إلى واحد من الإثني عشر شريط إعلاني المجرب عليها أما المجموعة الثانية (C) فتعرضت إلى أي شريط إعلاني دون تعيين ، كما شاهدت المجموعة الأولى الإعلان مرة أكثر من المجموعة الثانية
و ذلك ب(2,2) عرض للبانير للأولى (T) مقابل (1,2) عرض للثانية (C) . و فيما بعد قام الباحثون بإرسال رسائل إلكترونية (Email) لهؤلاء المبحوثين (36065 شخص) يتضمن أسئلة تقليدية خاصة بقياس الفعالية الإعلانية : " هل تعرف هذه العلامة؟" ، " هل تتذكر أنك رأيت إعلانا مع هذه العلامة ؟ " ، و وردت الإجابات على الإستمارة الثانية من قبل (16758) ، و بعد تحليلها تم استقاء عدة معطيات و بيانات و أرقام "

²- IBID, p : 50 .

³- IBID, p : 52 .

⁴- IBID, p : 53 .

: -2

.¹

: -3

" "

.² (% 4)

(...)

(Millward Brown)

(% 50)

(% 59)

.³ (% 10)

:

:

(L'objectif de constitution d'une base de données)

¹- Loc . cit .

²- IBID, p : 55 .

³- IBID, p : 57 .

(double click) (Engage technology) :

.¹ (30)

(coupons)

.²

:

: **-1**

...

.

.³

: **-2**

— — :

.⁴ ...

-

: **-3**

.

: **-4**

.

¹- IBID, p : 58 .

²- IBID, p : 63 .

³- IBID, p : 61 .

⁴- IBID, p : 62 .

-5

:

(Excite) (Matchlogic) :
gagnez une) " ":

(voiture

(Matchlogic) 1998

.¹ (emails) (500000)

:

:

-1

(Internet protocol: IP)

(IP)

* (Cookie)

²

:

-2

¹- IBID, p : 63 .

" le cadre technique et déontologique de l'utilisation des cookies " :

* بهذا الصدد انظر :

www . abc – Net Marketing . com

" Cookies : الكوكي هو ملف صغير مؤقت على العموم ، يأخذ شكل سلسلة من العلامات يثبتها الموزع (serveur) على القرص الصلب الخاص بالزائر " ، و يسمح هذا الملف للموزع بالتعرف على الزائر من زيارة لأخرى ، ويشتمل على اسم الكوكي و النص ، و تاريخ تقديري لنهاية الصلاحية و بيانات عن الخادم الذي وضعه ، بالإضافة إلى المعلومات المقدمة من قبل الزائر خلال زيارة ما ."

²- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 59 .

:

.¹ ...

: (l'objectif de création de trafic)

:

:

:

-1

:

:

-

:

-

(% 1)

(% 2,4)

:

(%3,1)

.² (mots- clés)

¹- IBID , p : 60 .

²- IBID , p : 66 .

1 " " " :

...

: :

-2

(URL) -

. (URL)

:

.

(Alapage) (indien)

2

:

3

:

4

...

: (l'objectif de vente) :

:

....

1- IBID , p : 67 .

2- Loc . cit .

3- IBID , p : 68 .

4- IBID , p : 69 .

Business to)

(Business to Business : B-to-B)

. (Consumer : B-to-C

" " (l'information)

¹ (information)

les objectifs)

" : (d'actions

2 "

:

. . . .

:

.

-

-

....

.

-

:

:

-1

:

¹- IBID , p :75 .

²- " la définition des objectifs de campagne": [www. abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

	:	-
	...	
	:	-
	:	-2

. 1

	:	
		-
		-
		-
		-

¹- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 76 ,79 .

. 1 -

:

:

:

. : -1

:

: -

: -

: -

(B-to-C)

(B-to-B)

¹- IBID , pp : 82 ,83 .

1

2

-2

3

¹ - بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص ص : 179 ، 180 .

² - نفس المرجع ، ص : 180 .

³ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 31, 32 .

1

" " " " :

2

.

-

3

4

-

5

(Rate Card) "

"

-

...

.

. 183 :	.	.	:	-	¹
	. 184 :			-	²
	. 183 :			-	³

⁴- " La Netiquette pour l'éditeur " : www.modemploi .com

. 182 181 :	.	.	:	-	⁵
-------------	---	---	---	---	--------------

(home page)

1

2

3

4

(...)

(micro-site)

5

(one to one)

6 (annonceurs- éditeurs) "

7

¹- "présenter son offre": www.modemploi.com/fr/présenter-son-offre.htm

²- بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 200 .

³- " La Netiquette pour l'éditeur " : www.modemploi.com

⁴- بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 203 .

⁵- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :112 .

⁶- IBID , p :110 .

⁷- " La Netiquette pour l'éditeur " : www.modemploi.com

:

(Bandeaux)

()

- -

*

1

...

:

-1

:

:

-

¹- " La phase de création" : www.abc-NetMarketing.com

* بهذا الصدد انظر : "Editeur ou responsable éditorial chez un acteur du positionnement publicitaire" :

www.abc-NetMarketing.com

" مسؤول النشر (l'éditeur ou responsable éditorial) : دوره إعطاء الموافقة قبل و أحيانا بعد الحملات المنجزة أو المعدلة من قبل المعلنين المستخدمين لخدمات التموقع الإعلاني ، كما له أن يتأكد من أن الإعلان لا يطرح أي إشكال قانوني سيما في ميدان حق الإعلان و حماية الماركات . و عندما ترفض الحملة ، يتعين على مسؤول النشر نصح المعلن لإنجاز حملة جديدة " .

" ! ! "

(Je peux vous faire économiser beaucoup d'argent ! Je vais vous dire comment !) ¹

(voulez – vous un cadeau ?) " " :

. ² (% 16)

" " : -

Visitez) " " (Entrez ici) " " (cliquez – ici)

(%15) ... (Maintenant

. ³

" " : -

Les premiers) " " (Durée limitée)

. (seront servis et pas les autres

. ⁴ -

. ⁵

. ⁶ :

*(GIF) -

¹ - www.Supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc

² - " Formes et coûts de la Net pub: les bénéfices et critères d'efficacité " : www.Bigben.com

³ - IBID .

⁴ - Stéphane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Performance Web :
les six règles d'or , p : 140 .

⁵ - " Formes et coûts de la Net pub: les bénéfices et critères d'efficacité " : www.Bigben.com

⁶ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 121.

" Au commencement était le gif" : www.abc-NetMarketing.com :

" (Graphic Interchange Format) :GIF "

(compuserve)

" % 95

(256)

(4) (3) 1

(Flash) 2

3(%71)

(%25)

1999 - 4 (I/PRO/Double click)

(%70) - (2812) (PC Data online)

5 (Bandeaux animés)

(les Bannières Rotatives)

6

(% 34)

7 (5) (% 30)

(Doubleclick) (Diameter)

(150000) 2001

(% 14)

. 183 : . . : -1

- 2- "Au commencement était le gif": [www. abc -Net Marketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)
- 3- " Etat des lieux du son sur le web " : [www. abc- Net Marketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)
- 4- " les formats simples gif et gif animé " : [www . abc -Net Marketing .com](http://www.abc-NetMarketing.com)
- 5- " les femmes cliqueraient plus que les hommes" : [www.Big ben – pub .com](http://www.Bigben-pub.com)
- 6- " les formats simples gif et gif animé": [www. abc-Net Marketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)
- 7- " Formes et coûts de la Netpub: le Streaming audio et video": [www.Big ben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

.¹ (% 9)

*(POP-UP)

.²

3

(468×60)

.⁴

.⁵

.⁶

()

.⁷ (% 35)

¹ - " Etat des lieux du son sur le web" : www.abc-Netarketing.com

" Formes et coûts de la Netpub : le POP-UP" : www.Bigben-pub.com :

*
: pop-up "

(POP-UP)

"

² - Stéphane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p : 140 .

³ - www.Supralogic.com/docs/publicite-sur-internet.doc

⁴ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 121.

⁵ - www.Supralogic.com/docs/publicite-sur-internet.doc

. 192 : . . . :

-⁶

⁷ - " Formes et coûts de la Netpub: les bénéfices et critères d'efficacité": www.Bigben-pub.com

:

-2

:

:

-

:

.

-

-

¹ (LOGO)

-

:

-

:

²

:

-

"

(Michelin)

:

-

"

¹ - François - Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :113 .

² - IBID, p : 114.

(L'OREAL)

-

: ()

-

(DANONE)

1998

1

:

-

(www.occasionsdulion.com)

:

:

-

:

-

(3)

(Auto) :

:

-

2

... (Occasion) (Automobile)

:

(Webplanning) "

"

¹- IBID, pp : 115,116.

²- IBID, p : 117 .

*(Mediaplanning) " "

(Sites) :
...(mots clés) (Rubriques)

(Regie)

()

(Trafic Manager de la Regie)

...

1

:

:

:

-1

...

:

" les principes du webplanning" : www.abc-Net Marketing .com :

*

: (Mediaplanning) "

(le webplanning)

"

¹- Richard CARLIER : Op .cit , p : 227 .



· : -2

(Beyond the click)

· : - 3

(...Motivaction, Novatris)

· : -4

· 1 :
(webplanning) "

: : -1

: : -

¹- " les outils du webplanning" : www.abc-Net Marketing .com

:

: : -

" :

(...YAHOO ,MSN ,AOL) :

(25-15) :

:

(Jeux Video.com) :

.(...)

) :

.(

:

.

.

:

1 " "

:

:

- 2

:

.

¹ - François –Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , pp :125 , 126 .

	:	-
	.	
	:	-
	.	
.	.	
.	.	
1	-	-
.	.	
	:	-3
	.	
	:	
	.	
	:	-
	.	
	:	-
2	.	
.	.	

¹- IBID , pp : 127 , 128.
²- IBID , p : 129 .

.

"

"

1

.

:

(le webplanner)

:

:

-1

-

-

(PAP)

-

(PAP)

-

-

2

(CPM)

-

¹- IBID , pp : 129, 130 .

²- IBID , p : 135 .

	:	-2
	.	-
.		-
-)		-
	(
.		
	:	-
	.	
	:	-
.		
:	(Reporting)	-
.		
.	:	-
	:	-
	
. 1 ...	:	-
	:	
.	:	-
.	:	-
	:	-
	.	
	2	

¹- IBID , p : 136 .

²- Richard CARLIER : Op .cit , p : 228 .

:

:

:

:

(les Acteurs du Média)

:

:

: (les sites supports de la publicité)

-1

:

:(Moteurs de Recherche et annuaires)

-

¹(%40) 1998

¹- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 20 .

(...Hotmail de Microsoft- lemel de voilà France Télécom :)

(Sites d'orientation)

(Sites de destination)

.¹ (Tout en un) "

: (les Sites Editoriaux) -

(3) (les Echos)

.² 1997

.³ (% 37)

: (les Fournisseurs d'accés) -

.⁴ (%23)

¹ - Loc . cit .

² - IBID , p : 21 .

³ - IBID , p : 20 .

⁴ - Loc .cit .

1

:

:

-

2

:

-

1998

3

:

-

*(les centrales d'achat)

...

:

-

(le conseil internet-Webplanning-)

4 (le conseil médias - Mediaplanning)

1- " acheter l'espace publicitaire: Médiaplanning : pour une campagne sur le web Francophone " :
www.modemploi.com

2- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p: 23 .

3- IBID , p : 24 .

* بهذا الصدد انظر : " les centrales d'achat" : www.abc – Net Marketing .com
" les centrales d'achat " : هي وكالات تمثل همزة وصل بين بائعي و مشتري المساحات الإعلانية ، و هي تتوجه بخدماتها خصوصا للمشتريين سواء كانوا وكالات أو معلنين الذين يحظون باستشارات بخصوص اختيار الدعامات ، و تخفيضات في بعض الحالات " .

4- " les centrales d'achats" : www. abc- Net Marketing.com

: (Annonceurs)

-4

1

(les prestataires d'études stratégiques)

-1

(les Etudes de Synthèse sur le marché de la publicité)

1998

(Jupiter) (Forrester)

(10000)

(3000)

(OTEC) "

"

(Internet Advertising Bureau-IAB)

1997

2

¹ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 24 .

² - IBID , p: 25 .

1

:(les piges) * -3

(la pige publicitaire)

(Robots)

(la pige)

2

(les Acteurs de la mesure d'audience)

**

¹- Loc . cit .

* " (la pige) : في مجال الصحافة المكتوبة تمثل تقييم عمل مراسل - ينشط لصالح عدة صحف- بمقابل عن كل مقالة أو صفحة واحدة ."

²- " Internet : émancipation d'un média" : www.nmg.lu/nmo/article

** بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p :153 .

" آليات و طرائق قياس الجمهور : يوجد عدة آليات و طرائق يذكر منها :

- آليات قياس الحركة : تتم إما بالإنطلاق من معلومات جمعت من الموقع نفسه أو من خلال معلومات جمعت من موزع شركة متخصصة .

- سبر الآراء (les sondages) : بجمعه المعطيات من خلال الزيارات للمواقع و هو ما يدعى بالقياس التصريحي "

Francis BALLE : Op . cit , p : 578 .

- " (les panels) : هي تطبيق خاص لطريقة سبر الآراء تتكرر فيها الملاحظة على نفس العينة لفترة قد تتراوح ما بين بضعة أيام إلى عدة سنوات ، و يتم اختيار المشاركين في هذه العملية بعد محادثة مسبقة ، تسمح بجمع بعض المعلومات ، و الغاية الأساسية من الـ (panel) هي السماح بدراسة تطور سلوك شخص أو عائلة في زمن ما ."

-1 : * (Site- centric)

1998 (Mediamétrie)

1

-2 : ** (User- centric)

(Panel)

2

(les Acteurs techniques d'internet)

:

-1 :

:

()

(...)

3

* بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 237 .

" Site centric : يقال عن قياس الجمهور (Site centric) عندما تقاس الصفحات المحملة على الموزع "

¹- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 26 .

* * بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 237 .

" User-centric : يقال عن قياس جمهور بأنه (User-centric) عندما يتم قياس الصفحات المشاهدة من قبل المستخدمين "

²- IBID, p : 27 .

³- Loc . cit .

: -2

. 1

:

-

-

(le bandeau en dur) :

: -1

: -2

:

-

-

. 2

¹- IBID, p : 28 .
²- IBID , p : 158 .

(les Adservers et les Admanagers)

: (Adserver) -1

¹
² (40000)
: (AdManager) -2

³
- (nano-secondes) : - (IP)
(IP) : (L'AdManager)
...

¹ - IBID , p: 159 .

² - Richard CARLIER : Op .cit , p: 229 .

³ - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p: 159 .

(L'Adserver)

1

:

-

-

-

-

(le Monde)

2

(Ad Manager)

:

(Ad Manager)

...(JAVA)

:

(Ad Manager)

3

:

(Ad Manager)

¹- IBID , p : 160 .

²- Loc . cit .

³- IBID, p : 162 .

: (Planification des campagnes)		-1
:	(Ad Manager)	
	.	-
	.	-
(URL)	:	-
(cookie)		
	...	
(Ad Manager)	:	-
...		
	.	-
.		-
: (ciblage des campagnes)		-2
	(Ad Manager)	
:		
	: (ciblage technique)	-
	(IP)	
	:	
(club- internet)	: ()	-
.		
:	(Navigateur)	-

	(Netscape)	(Microsoft)
.	:	-
.	:	-
(ciblage Rédactionnel et mots-clés)		
.		
	(Ad Manager)	
	(Automobiles)	
.		
	: (ciblage par cookie)	-
	(cookie)	
.		
	:	-
(Ciblage par base de données éditeurs)		
	(Ad Manager)	
.		
	: (Rapports d'activité)	-3
	(Ad Manager)	
	()	
	-	-

(Ad Manager)

:

: (des Rapports Sites) -

(Ad Manager)

.(...)

: (des Rapports Annonceurs) -

(Mot de passe)

-

-

: (Inventaire d'espaces disponibles) -4

1

¹- IBID, pp : 162 , 169 .



⋮

⋮

.

.

⋮

...

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

.

الفصل الرابع

الممارسة الإعلانية في الواقع الافتراضي



:

.

.

.

-

-

.

.



:

.

.

.

1

:

- ² (Millward Brown)

-

:

.

:

-1

:

¹- IBID , p : 90 .
²- IBID , p : 84 .

: -
.
(Menu)
. ¹
:
: (l'apprentissage passif) -4

. ²
:
-5

...(Saint- Valentin) " " ":

. ³ " " ;

:

¹- Loc . cit .
²- IBID , p : 89 .
³- IBID , p : 90 .

:

:

:

-1

(8) (4)

(Parrainage)

(Rubrique)

1

:

-2

2

(20)

3

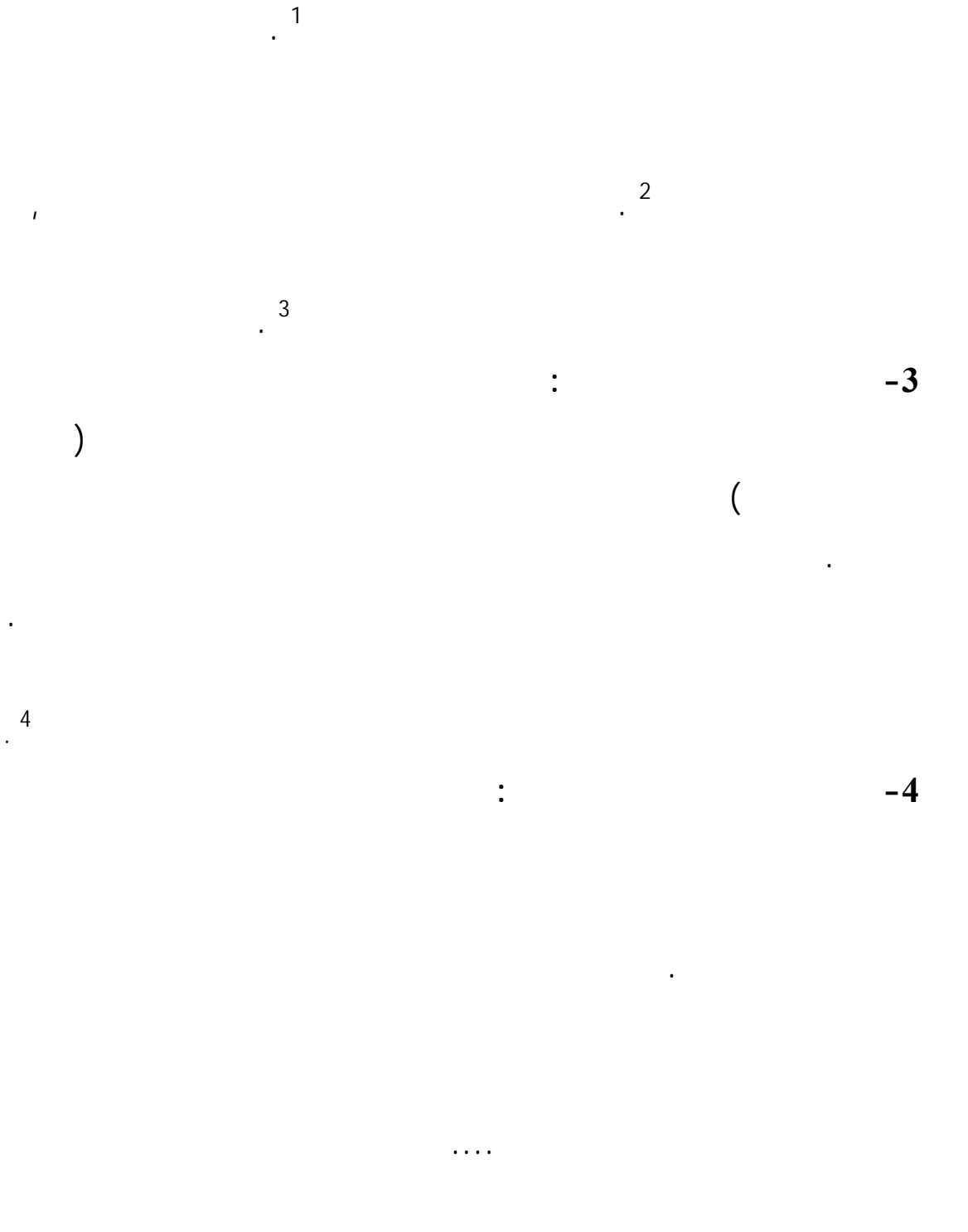
4

¹- " calendrier et agencement d'une campagne" : www.abc - Net Marketing . com

. 192 : . . : -²

³- " calendrier et agencement d'une campagne" : www.abc - Net Marketing . com

. 192 : . . : -⁴



¹- " calendrier et agencement d'une campagne" : www.abc - Net Marketing . com

. 192 : . . . : -²

³- Richard CARLIER : Op .cit , p : 231 .

⁴- " concept de l'efficacité de la publicité : le ciblage " : www.Bigben-pub .com

(... , ,)

:

...

:

...

(mot clef)

(TRILILI) " "

.¹ (% 5) (3)

.

.

.²

:

(IP)

(Mac)

³ ... (PC)

¹- Richard CARLIER : Op .cit , p : 225 .
²- loc . cit .
³- IBID , p : 226 .



,

-

1

:

- 5

.

,

.

2

(tests)

3

(double click accesite) :

. (pré-tests)

¹- loc . cit .

²- Francois -Xavier HUSSHERR et autres: Op .cit , p p: 148 , 149 .

³- " l'efficacité de la publicité : les tests " : www.Bigben - pub.com

:

, : -

. (6) (4)

. :

(PAP) (Split-Runs) " "

(% 15) (10)

1

(sans jamais passer a l'action)

2

:

,

:

: (la personnalisation) -1

: " " "

3 "

. (le marketing one to one) " " :

¹ - Francois -Xavier HUSSHERR et autres: Op .cit , p: 137 .

² - Philip KOTLER et autres : Op . cit , p : 326 .

³ - Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p : 166 .

" " :
 . (le sur – mesure)

. : -
 " " " : -
 . : -
 , : -
 . : -

2002 (forrester research)

(10)

.¹ (50) (jean) " " : -
 - : -
 . -
 , -

.² ,
 :
 : (la personnalisation déclarative) -

.³ (HTML)

: (la personnalisation implicite) -

¹- " pourquoi personnaliser ou pratiquer le sur mesure?" : www.abc-Net Marketing.com

²- " les gains attendus d'une politique one to one " : www.abc-Net Marketing.com

³- Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p: 167

1

:

· (Segmentation) " "

· (personnalisation) " "

(Apple)

(Apple)

:

: (Targeting) -

...

2 (CNN)

: (Filtering) -

(CDNOW)

(Spice Girls) (CD)

3 (Lycos)

¹- IBID , p : 168
²- Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 188 .
³- IBID , p : 189 .

: (Matching) -

" " . 1

. 2

1998

" " " "

. 3

: (Interactivité) - 2

¹ - Loc . cit .

² - " la personnalisation de l'offre commercial" : www.abc-NetMarketing.com

³ - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 150 .

"

1 "

(message

(d'information

(Rôle actif)

(Action passive) ()

2

()

*()

3

:

. (Smart banners ou Rich banners) "

"

¹ - محمد لطف علي الحميري : م . س . ذ ، ص : 70 .

² - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p: 87 .

* بهذا الصدد انظر : 116 : Op . cit , p: Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE :
" : les marques relationnelles

()

"

³ - Stéphane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p: 114 .

.¹ (% 15) (5)

.
:
: (**Signature Sonore**) -
(Jingle)

.
(Court Slogan)
: (**les bruits d'interactivité**) () -

.
: (**l'ambiance musicale**) -

.
: (**les aides vocales**) -

.
) (Morgan)
(
: (**la marchandise Sonore**) -

.
.....
: (**les web Radios**) -

¹ - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p:119 .



.
: (**Bannière audio**) -

(%14)

. (Diameter)

(Voila.Fr)

(mesFinances.Fr)

.
1

:

.
2

:

-

:

-

.
(CD)

.
3

¹- " les différents types d'application sonores sur le web " : www.abc-Net Marketing.com

²- " Formes et coûts de la Netpub : l'efficacité des différents formats de publicité " : www.Bigben-pub.com

³- " Charte sonore et risques du son sur le web " : www.abc-Net Marketing.com

: (Adaptabilité)

-3

" :

1 "

" :

2 "

(Monitoring - le Moniteur)

(Outils de Reporting)

3

¹ - مفتاح محمد دياب : م . س . ذ ، ص : 13 .

² : . . . : 158 .

³ - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p:138 .

(3,7)

(4,6)

1

¹ - " Internet: émancipation d'un média ": www.nmg.lu/nmo/article

.	¹		2005 :	
				:
			:	-1
	(461,8)			
		(92,8)		1998
1998	(7,9)	1997	(1,6)	
			. (% 386,5)	
	1997	(3)		
.	² (% 328,6)		1998	(12,8)
		...		
		1996		

¹- Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p: 110 .

²- " le Marché américain de la publicité en ligne" : www.Bigben-pub.com

		(0,267)	(IAB)	
1998	(1,92)			
¹ (eMarketer)		2002	(8,9)	
		(37,5)		
²		(% 127)		1998
	(460)	2003		
		³	(% 50)	
	(Forrester Research)			
(600)	1998			
		1997		
⁴		(90)		(20)
		1999		
⁵				
2001		(900)	(395)	2000
		⁶ 2005	(4,4)	

¹- IBID .

²- " comment faire la publicité sur internet : quelques chiffres " : www.modemploi.com

³- Estelle Dumout " publicité : les investissements dans l'internet repartent à la hausse "
- ZD Net France Vendredi 6 Février 2004 : www.abc-netMarketing.com

⁴- " comment faire la publicité sur internet : quelques chiffres": www.modemploi.com

⁵- " Focus sur la publicité on line" : www.Bigben-pub.com

⁶- " Internet: émancipation d'un média" : www.nmg.lu/nmo/article

		1999	
"	"	1	
.		1997	(13)
		(Renault)	
		(procter and gambel)	
.	²	1997	(10) (1.6)
		:	-2
		(450)	1997
	⁴	1998	(2) ³
(% 1.5)			
	⁵	1998	
		(21) : (IBM)	(25,5) : (Microsoft) :
⁶		(8,2) : (General Motors)	(8,8):(EXCITE)
(12,2)		1998	
⁷		1997	(% 32)
Internet Advertising)		-	1999

¹- " Focus sur la publicité on line" : www.Bigben-pub.com

²- " concept de l'efficacité de la publicité : des exemples éloquentes": www.Bigben-pub.com

. 89 : . . . :

³

⁴- " concept de l'efficacité de la publicité : des exemples éloquentes": www.Bigben-pub.com

⁵- " le marché américain de la publicité en ligne" : www.Bigben-pub.com

⁶- " concept de l'efficacité de la publicité : des exemples éloquentes": www.Bigben-pub.com

⁷- " comment faire la publicité sur internet : quelques chiffres" : www.modemploi.com

2001

1

(la Residence)

:

2

...

:

¹ - نفس المرجع ، ص : 142 .
² - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 307 .

.

.

:

:

-1

.

-

-

:

"

"

"

1 "

.

.

.

.117 116: . . . : -1

1999

1

(200)

:

:

-

:

-

:

-

-

- (Games Ville.com)

1998

:

-

)

:

.² (...)

:

▪

³ 1997

(53)

(YAHOO) :

¹ - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 30 .

² - " la création de Revenus publicitaires" : www.abc-Net Marketing.com

³ - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م .س .ذ ، ص : 159 .

TFn ,RTL) : : ■
 " (CNN , le Monde...
 (% 80) " : "
 1
 1997 (CNN)
 .² (14,45)
 : -
 : ... : -
 Rouges Allociné)
 . (et blancs
 1998 (AMAZON) .
 3
 -
 .⁴ (22) 2000 -
 : -
 :
 : ■
 (Wanadoo, AOL,Club Internet) :

¹ - : : : 85 .

² - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 159 .

³ - " la création de Revenus publicitaires" : www.abc-Net Marketing.com

⁴ - بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 173 .

(%20)

(AOL)

1

:

(AMAZON)

2

(Dégriftour - Casino on line)

3 2000

(10)

(5)

1999

:

:

(PAP)

4 (Multimania , Deuxième Monde...)

5

:

- 3

1- " la création de Revenus publicitaires" : www.abc-Net Marketing.com

2- بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 174 .

3- " la création de Revenus publicitaires" : www.abc-Net Marketing.com

4- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 31 .

5- " Générer des revenus grace aux espaces communataires" : www.abc-Net Marketing.com

(TOYOTA)
(152000)

2

1999
(Sentra 2000) " 2000 " 2000
2000

¹ - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 157 .
² - " concept de l'efficacité de la publicité éloquentes " : [www. Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

:
(% 25)

1

(TOYOTA)
(7329)
(TOYOTA) (%5)

2

1998 (peugeot)
(10)

:

¹ - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 604 ، 606 .
² - " concept de l'efficacité de la publicité éloquents" : www.Bigben-pub.com



:" (le Spamming)
1 "
(ARIZONA)

2
1996

¹- Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 237 .
²- " la pub par E-mail" : www.modemploi.com

1

-2

:

(pop-up)

(pop-ups)

2

-3

:

...

¹ - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص ص : 93 ، 94 .

² - Le journal : "les opérations bancaires en ligne menacées par un virus informatique " , QUOTIDIEN D'ORAN ,
N° : 2889 , 01 juillet 2004 , p : 23 .

(Geocities)

" " 1998
- (Fédéral Trade Commission - FTC-)

1

1999 (Double ckick)
(Abacus)

2

:

:

:

-1

"

3 "

()

¹- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 213 .

²- " Internet : émancipation d'un média " : www.nmg.lu/NMO/article

³- " le positionnement payant : une pratique admissible mais encadrée " : www.abc-NetMarketing.Com

"

"

(Mark Nutritional Inc)

. (position Squatting)

(Body Solutions)

"

"

(Kanoodle, Altavista, Find What, Overture)

2002

(440)

(Body Solutins)

1

:

...

2

:

-2

"

"

"

"

"

"

¹- IBID .

²- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م . س . ذ ، ص : 163 .

" "

-

" :

" :

(300)

" "

(% 70)

(% 66)

1

:

Advertising on) .

(25) (13) 1999 (the Internet

(... Burger King -Coke classic - Nike Pepsi) :

2

:

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص ص : 141 ، 142 .

² - www.Supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc

	:		-
	...		
(%20)	(10)		
		. ¹	
	. ²	(%20)	(15)
	:		-2
	.		
	2000		
		. ³	(% 20)
	(Double click)		
(%30)	(%25)		2001
	(Jupiter)	. ⁴	
		(% 30)	
	. ⁵		(% 5)

¹- " concept de l'efficacité de la publicité : le ciblage":www.Bigben-pub.com

²- " les coûts et les modes de tarification d'une campagne" : www.abc-NetMarketing.com

³- " Internet: émancipation d'un média" : www.nmg.lu/nmg/article

⁴- IBID .

⁵- " les annonceurs déçus par l'e- pub" : www.Bigben-pub.com



:

:

-

2000 - 1999

1

. ² (% 5) (2)

-

-

(bandeau)

3

. (click trough)

:

-

(% 70) (60)

"

"

4

. 192 : . . . : -¹

²- " les indicateurs de premier niveau clics et taux de clics " : www.abc-Net Marketing.com

³- IBID .

⁴- " le Miroir aux alouettes du financement publicitaire " : www.abc-NetMarketing.com



:

.

:

:

:

-1

:

-

(publicité clandestine)

(12)

"

":

1"

":

-

¹- " le positionnement payant : une pratique admissible mais encadrée " :
www.abc-NetMarketing. Com

1

(L.121.1)

(L.121.9)

2 "

1994 4

3

(Evin)

1991 10

4

...

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 221 .

² - " la défense de la marque victime de position squatting " : www.abc-Net Marketing .com

³ - Serge GUINCHARD , Michéle HARICHAUX , Renaud DE TOURDONNET : Op.cit , p : 225.

⁴ - " le droit de la publicité sur internet " : www.abc-Net Marketing .com

1

-2

:

:

-

-

-

2

(ADV)

(Spam)

(ADV ADLT)

" " (Advertisement)

3

(Anti-Spam)

"

"

(SMS)

¹- Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 219 .

²- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ،

م . س . ذ ، ص : 62 .

³- " les conditions pour l'annonceur : comment acheter ou vendre de l'espace publicitaire en toute sécurité ? " :
www.modemploi.com

(5000)

. ¹ (7200)

—

(la commission nationale de l'informatique et des :

: libertés – CNIL -)

—

.

—

—

—

.

—

²

.

:

—

(online)

(offline)

1995

:

3 "

"

¹ - Murielle cahin " l'actualité juridique du marketing internet " - decembre 2003-
www.abc –Net Marketing.com

² - André BERTRAND, Thierry PIETTE COUDOL : Op .cit , pp : 82 , 83 .

³ - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 205 .

— " .
(100.000) -(22-226)

1"
(28)

"

"
(300.000)
2 (20-226)

(CNIL)

3

2001 1: 1998

4 2001 (26)

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 235 .

² - نفس المرجع ، ص : 233 .

³ - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 210 .

⁴ - " le droit de l'email marketing " : www.abc-Net Marketing.com

(TRUSTe)

" " 1

(panoranet) " (Votre Vie Privée – VVP-)

– 1999 –

" " (VVP)

2

:

-

3

1993 29 : (Sapin) "

4

1- Francois-Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 211 .
2- IBID , p : 213 .
3- "les conditions pour l'annonceur comment acheter ou vendre de l'espace publicitaire en toute sécurité" :
www.modemploi .com
4- Richard CARLIER : Op .cit , p : 233 .



:

.

.

: -1

:

: (les cookies) " -

" "

:

.

-

-

.

-

1 ...

:

" "

-

2

" "

¹- " les utilisations publicitaires des cookies " : www.abc-Net Marketing .com

²- " le cadre technique et déontologique de l'utilisation des cookies " : www.abc-Net Marketing .com



1 " "

(Internet Explorer) (Netscape communicator) :

" "

2

: " -

(platform for privacy preference -P3P)

(...)

(P3P)

(P3P)

3

:

2004

1- IBID .
 2- Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 214 .
 3- IBID, pp :214 , 215 .

			(POP-UP)
	2004	"	"
1			
		:	-2
	(Veda Sistema)		
			(Vodka)
			(LIVIA)
			(Nissan.com)
	(Nissan)		
	(60 000)	(barnes& noble.com)	
			(50 000)
		2	
	(eBay)	(180)	(15)
	3		
			(153000)

¹- Le journal : " les Opérations bancaires en ligne menacées par un virus informatique " ,
QUOTIDIEN D'ORAN, N°: 2889 , 01juillet 2004 , p : 23

²- Murielle Cahen : " l'actualité juridique du Marketing internet – Mai 2004- " :
www.abc-Net Marketing .com

³- " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen -17 janvier 2003 - " :
www.abc-NetMarketing.com

(250)

(50)

1

" "

(CN productions)

1998

(AOL)

(7)

(AOL)

2

¹ - أسرة التحرير : " مكافأة لمكافحة الرسائل الإلكترونية الإعلانية " ، جريدة المستقبل ، العدد : 395 ، 20 سبتمبر 2004 ، ص : 19 .

² - " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen -17 janvier 2003- " : www.abc-NetMarketing.com



•

•

•

•

•

•

•

(Rich média) "

" :

1997

(JAVA,

(DHTML)

FLASH , SHOCK WAVE)

. (interstitiels et superstitiels) :

...

:

.

()

(Rich Média)

¹

:

: (l'animation de démonstration)

-1

: (le bandeau actualisé)

-2

...

:

: (les bandeaux à impression)

-3

: (les bandeaux à gratter)

-4

¹- " le principe et les apports des formats Rich Média - 8 janvier 2003 " :
www.abc-Net Marketing .com

1

1999

:(les Shaped pop-ups) " POP-UPS : **" -5**

- pop-ups -

(pop-up)

. (LOGO)

(Shaped pop-up) (FLASH)

. (sonorisée)

(pop-up)

(flash)

. ² (Refresh) " "

:(les emails vidéos) **-6**

(flash)

. ³

:(les bandeaux jeux) **-7**

(Rich – Média)

1999

(GOLF)

¹- " les bandeaux Java " : www.abc-Net Marketing .com
²- " les Shaped pop-ups ou pop- ups détournées - 11 février 2003- " :
www.abc-Net Marketing .com
³- " les emails vidéo -7 octobre2003- " : www.abc-Net Marketing .com

(12000)

(9) (3)

:

:

¹

: (les bandeaux conversationnels) -8

- (chat) -

²

(Rich Media)

: (les formats alternatifs)

: (curseur) -1

(comedy central)

(Kenny) " "

(Ben Stein)

¹- " les bandeaux jeux " : www.abc-Net Marketing .com

²- " les bandeaux conversationnels " : www.abc-Net Marketing .com

(virtual vineyards) (LYCOS) (South park)
(Vin) " " :

. (champagne) " "

(Millward Brown Interactive)

. ¹ (% 97)

: (les traines de curseur) -2

(Bandafrutos)

. ²

(logo)

: (Fonds de page) -3

(IBM)

2000

(le journal du Net)

¹ - " curseurs et traines de curseurs": www.abc -Net Marketing .com

² -

IBID

:
.
-
. 1
-
:
.
:
(multimédia)
" : (Streaming) "
:
. 2 " ...
-
- ... (flash)
:

¹- IBID, p :182 .

²- " Formes et coûts de la Net pub: le Streaming audio et vidéo" : www.Bigben-pub.com

:

:

: (Spot TV)

-1

" "

" "

"

"

" "

" 9 "

30

1

(30)

(30)

.² (15) (8)

24

"

: " : -1
.19 : 2004 8

²- " le Retraitement d'un spot TV pour diffusion sur internet -16 juin 2003 - " :
www.abc -Net Marketing .com



(Intel)

.¹

: -2

(BMW)

2001

(The Hire) "

(Films d'action)

" " (BMW)

(15)

(14)

. " "

. 2003

2003

(Reebok)

(Terry tate) " " : (office linebacker)

(Reebok)

¹ - " la Vidéo" : www.abc -Net Marketing .com



()

(TF1)

. (JEUX)

()



()

(5)

(TF1)

:
 :
 : -1
 (60×468) : .
 (330×750) (350×500)
 1
 : (les webcams ou Netcams) -2
 " "
 " "
 (Fridgcam) " " (Electrolux)
 (Lac d'annecey) .
 " " (Electrolux) .
 Electrolux) (Bread cam)
 (Jacques Fournil) . (Baking
 " "
 1999 4 (BMW)
 (X5) (US)

¹- " le Retraitement d'un spot TV pour diffusion sur internet -16 juin 2003 -" :
www.abc-NetMarketing.com



: -3

(Royal canin)

. ¹ (canal web)

(SMS)

:

(SMS)

:

: "

"

-1

(URL)

-

-

.

.

:

-2

(SMS)

.

²

¹ - " la vidéo - 27 decembre 2002-" : www.abc-Net Marketing .com

²- " l'utilisation marketing des services d'envois gratuits de SMS-18 decembre 2002- " : www.abc-Net Marketing .com



•
•

•
•

•••

•••

•

•
•

•

•

•

•

•••

•

تحليل المعطيات

نتائج البحث

الخلاصة



•
•

•

•

•
•

•

•

•
•

•

-1

-

•

-

•

-

•

-

•



-

.

.

:

-2

-

.

.

.

:

-3

-

-

.....

:

-

.

:

- 4

-

(

)

-

.



: -5

.

.

.

.

: -6

(...)

...

...

.

:

.

.

: ■

.



: -7

.

.

.

: -8
:

....

:

:

....

:

-

.

.

.

:

-9



.

.

...

:

.

.

:

-10

...

.

...

.

.

...



:

:

-1

.

.

-2

....

.

-3

()

.

.

."

" :

-4

-5

(pull et push)

-6



-7

:

:()

-

:

-

:

-

:

-

"

"

"

"

-8

(actualiser)

:

...

:

. (SMS)

.



⋮

⋯

.

⋯

⋮

.

—

.

—⋯

.





:

...

.

.

-

.

-

.

-

-

.

المراجع

الفهرس



	:		
	.		-1
	.	1996 .	
. ()	.()	.()	-2
	.	2000 .	
	.		-3
	.	2000 .	
	:	.	-4
	.	2002 . (.) (.)	21
	.		-5
-	-	:	:
	.	1999.	
: INTERNET	.		-6
	.	1996 . (.)	
	.		-7
	.	2003 .	

	. ()	. ()	-8	
. 2001.				
:	.	:	-9	
	. 2002 .			
:	.	:	-10	
	. 2002 .			
	.	.	-11	
	. 1999 .			
:	.	:	-12	
. 1999 .				
	.		-13	
. 2001 .				
:	. ()	. ()	. ()	-14
	:			
. 1998 .				
. ()	.	. ()	-15	
. 2001 .				

. 2002 / 2001.	.	-16
:	.	-17
. 1999.		
:	.	-18
. 2000 .		
:	.	-19
. 1997.		
:	.	-20
. 2000.		
:	. () . ()	- 21
	()	
	. 1998 .	
:	.	-22
. 1999 .		
:	.	-23
. 1997. (.) (.)		
:	.	-24
. 1997. (.)		

. 2000 .	.	-34
	.	-35
	. (.) .	
. 1998 .	.	-36
	.	-37
. 1999.	.	
:	.	-38
. 2001.	.	

:

.	.	2004	30 :	1252 :	-1
.	.	2004	08 :	24 :	-2
.	.	2004	15 :	30 :	-3
.	.	2003	02 :	3873 :	-4
.	.	2004	25 :	4070 :	-5
.	.	2004	08 :	4238 :	-6
.	.	2004	16 :	1197 :	-7
.	.	2004	20 :	395 :	-8

:

: . -1

-

- CERIST

. 2002 / 2001 .

. -2

. 2001.

:

: (:) -1
. 1979 .

. (:) -2
: - - :
. 1994 . -

: . -3
- :
. 1995 .

: -4
. 1978 .

:

. -

. 2004 19 :

:

1- AMEREIN , (P) . BARCZYK , (D) . EVRARD , (R . et autres .
Marketing Stratégies et pratiques , Agnès Fieux . 2000 .

2- AMIS , (Stéphane) . BONNET , (Christophe) . GRANGE ,
(Benjamin) . **Performance Web : les Six règles D'or** , Village
Mondial , Paris . 2000 .

3- BALLE , Francis . **Média et Société** , 9^e édition ,
Montchrestien , Paris . 1999 .

4- BERTRAND , (André) . PIETTE COUDOL , (Thierry) .
Internet et le droit , 1^e édition , éditions DAHLAB , Alger .1999.

5- CARLIER , Richard . **Profession Web Master** , Village
Mondial , Paris . 2000 .

6- CATNELAT , (Bernard) . CADET ,(André) . **Publicité et
Société** , petite Bibliothèque , Paris . (S.D) .

7- DACHEUX , Eric . **Associations et communication :
Critique du Marketing** , CNRS éditions , Paris .1998 .

8- DECAUDIN , Jean- Marc . **la communication Marketing :
concept , Techniques Stratégies** , 2^e édition , Economica ,Paris.
1999 .

9- DE RAUGLAUDRE , pierre . **Internet Explorer : Internet
Mail – Internet News – Net Meeting** , Dunod , Paris .1997 .

10- DESMET ,(pierre) . ZEYL ,(Alfred) . le CD- Rom porte du multimédia pour le Marketing , Economica , Paris .1997.

11- GUINCHARD , (Serge) . HARICHAUX , (Michèle) . deTOURDONNET , (Renaud) . Internet pour le droit: connexion – Recherche - droit , 2^e édition , Montchrestien, Paris . 2001 .

12- HERVIVER , Guy . le commerce électronique : vendre en ligne et Optimiser ses achats , Editions d'organisation , Paris . 2001 .

13- HUSSHERR , François – Xavier . et autres , la publicité sur Internet : comment tirer parti efficacement de l'e - pub , (fonctions de l'entreprise : série Marketing communication : ouvrage collectif de l'IAB coordonné par François – xavier HUSSHER) , Dunod , Paris .1999 .

14- KOTLER , philip. et autres . L'Art du Marketing : concepts et pratique du Marketing par les grands spécialistes internationaux , traduction : translations - paris , Editions Village Mondial , paris . 1999 .

15- LEVINE ,(Rick) . LOCKE , (christopher) . SEARLS ,(doc) . et autres . Liberté pour le Net , traduction : Marie - France Pavillet et Valérie lavoyer , Village Mondial , paris . 2001 .

:

1- Journal EL watan , N° : 4086 , 04 Mai 2004 , Algérie .

2- Journal Le quotidien d'Oran , N°: 2889, 01 Juillet 2004, Algérie .

3- Journal Le quotidien d'Oran , N°: 3068 , 31 Janvier 2005, Algérie .

4- Journal **Le quotidien d'Oran** , N °: 3102, 12 Mars 2005,
Algérie

:

- Ministère de l'économie des finances et de l'industrie (France) .
la Nouvelle donne du commerce électronique (collection
Etudes , Rapport de la Mission commerce électronique ,
présidé par Francis LORENTIZ) , les éditions de BERCY ,
paris . mars 1999 .

:

- 1- HTTP: // WWW. Mondiploar.com /
Date de connexion : 08/02/2002 à : 11h .
- 2- [WWW. modemploi](http://WWW.modemploi.Com) . Com
Date de connexion : 10/02/2002 à : 13 h .
- 3- WWW. Bigben- pub.com
Date de connexion : 06/03/2002 à : 14 h .
- 4- WWW.n m g.LU/NMO/ARTICLE.hSF/
Date de connexion : 24/09/2002 à :15 h.
- 5- hTTTTP: // banners . noticiasdor . com/ Termometro/ boletines/
docs/
Date de connexion : 26/04/2004 à : 11 h .
- 6- WWW. Supralogic.com / docs / publicité- sur- internet.doc
Date de connexion : 07/06 /2004 à : 10 h .
- 7- WWW.Ibelgique.Ifrance.com/ a- pub/
Date de connexion : 13/06/2004 à : 10 h .
- 8- WWW.ABC–NetMarketing.com/
Date de connexion : 20/08/2004 à : 16 h .

01			
33		:	
36		:	-
37		:	.
44		:	.
53		:	.
58		:	-
59		:	.
77		:	.
89		:	-
90		:	.
94		:	.
97		:	.
100		:	
102		:	-
103		:	.
106		:	.

113	:	-
114	:	.
128	:	.
140	:	.
165	:	-
165	:	.
172	:	.
178	:	
180	:	-
181	:	.
184	:	.
207	:	.
216	:	-
216	:	.
226	:	.
235	:	.
242	:	-
242	:	.
249	:	.

256	:	
258	:	-
258	:	.
260	:	.
273	:	-
273	:	.
284	:	.
293	:	.
303	:	-
303	:	.
309	:	.
318		
324		
328		
332		
342		

186	(IAB)	01

65		01
104	:	02
187	(IAB)	03

188	() ()	01
190	(CANON)	02
194		03
197	(NOKIA)	04
313	. (TF1)	05